**Содержание**

Введение

1. Теоретические аспекты и правовое регулирование рынка банковских продуктов и услуг

1.1 Общая характеристика банковских продуктов и услуг

1.2 Правовое регулирование рынка банковских продуктов и услуг

1.3 Новые банковские продукты на российском рынке

2. Анализ банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс Банк»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

2.2 Анализ банковских продуктов и услуг ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

2.3 Анализ структуры и динамики банковских продуктов и услуг ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

2.4 Оценка доходности и рисков продуктов и услуг ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

3. Направления развития банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк»

3.1 Оптимизация процентных ставок по валютным депозитам и кредитам

3.2 Использование маркетингового подхода при введении новых банковских услуг

3.3 Мероприятия по развитию банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк»

Заключение

Список литературы

Приложения

**Введение**

Банковская система, являясь неотъемлемой частью экономической системы любой страны, занимает стратегическое положение в экономике, что определяется ее целями, задачами, функциями, а также воздействием на другие системы. Любой сбой в функционировании банковской системы затронет интересы всех хозяйствующих субъектов. Современная банковская система России развивается под воздействием как позитивных внешнеэкономических факторов, так и внутренних социально-экономических процессов, которые создают благоприятные условия для развития кредитования реального сектора экономики.

Реформирование платежной системы в России начато в 1992 году. Следует оговориться, что приведение платежной системы в состояние, адекватное новым глобальным политико-экономическим реформам, - сложный многоплановый комплекс правовых, методологических, организационно-технических работ. Настоящий этап развития платежной системы характеризуется широким внедрением новых форм расчетов и использованием новых банковских технологий, отвечающих мировым стандартам и принципам. На смену платежным требованиям пришли поручения, электронные документы практически вытеснили, ранее использовавшиеся документы на бумажных носителях. Внедряются и новые формы передачи информации, реализуется система электронных платежей.

В процессе своей деятельности любой банк вступает в контакт с различными типами аудиторий: конкурентами, клиентами, государством и т.д. С ними банк взаимодействует с целью оптимизации прибыли. Однако это не единственная цель, которую преследуют банки, функционируя на рынке банковских услуг. Кроме этого банки стремятся обеспечить оптимальное сочетание ликвидности и доходности финансовых ресурсов, создание и поддержку репутации. Отношения банка с клиентурой возникает в процессе покупки/продажи банковских продуктов и включают в себя: предоставление кредитов, открытие депозитных счетов, операции по выпуску, покупке или продаже ценных бумаг, валютные отношения, расчетные операции, а также трастовые услуги, хранение драгоценностей и т.п.

Исчерпав потенциал роста в корпоративном секторе, российские банки обратили пристальное внимание на рынок розничных услуг. Крупные корпоративные клиенты уже охвачены банковскими услугами, и конкуренция в секторе корпоративных услуг сложилась жесткая. В свою очередь рынок розничных банковских услуг только формируется и имеет огромный потенциал роста (по статистике, 50-60% населения практически не пользуются банковскими услугами). Денежные доходы населения растут, что ведет к росту сбережений, а они являются важным источником формирования пассивов для банков, так как могут служить дополнительными ресурсами для кредитования населения. Потребительское кредитование позволит не только расширить активные операции банков, но и повысить уровень жизни населения, стимулировать развитие экономики.

Актуальность настоящей работы обусловливается стремительным развитием рынка потребительского кредитования, постоянной либерализацией выдачи кредитов, необходимостью снижения кредитных рисков, отсутствием у населения четкого понимания механизма кредитования и специальной регулирующей нормативно-правовой базы.

Практическая значимость заключается в том, что исследования в области маркетинговой деятельности банка позволят увеличить объемы банковских продуктов и услуг, что в свою очередь положительно отразится на реальном секторе экономики.

Цель выпускной квалификационной работы – анализ места и роли ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» на рынке банковских продуктов и услуг совершенствование розничных банковских продуктов ООО «ХКФ Банк».

Исходя из поставленной цели, были сформулированы задачи работы:

1. Изучение теоретических аспектов и правового регулирования рынка банковских продуктов и услуг.

2. Проведение анализа банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс Банк».

3. Разработка мероприятий по развитию банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк».

Предмет исследования – банковские продукты и услуги.

Объект исследования - ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

Методология исследования основывалась на использовании диалектической логики и системного подхода. В процессе работы применялись общенаучные методы и приемы: анализ и синтез, методы классификации, группировки и сравнения, статистический анализ и др.

Теоретической основой данной работы стали труды ведущих отечественных и зарубежных специалистов, раскрывающие закономерности развития рыночной экономики, денежно-кредитные аспекты экономической политики государства, основы функционирования коммерческих банков, их места и роли в рыночной экономике. В отечественной экономической науке проблемам развития розничных банковских услуг и их продвижению на рынок посвящены труды Г.Н. Белоглазовой, С.А. Гурьянова, А.Н. Иванова, Е.Ф. Жукова, А.Н. Иванова, Г.Г. Коробовой, О.И. Лаврушина, В.Д. Маркова, А.В. Романова, Э.А. Уткина и др. Большинство работ посвящены общим проблемам банковских услуг, однако вопросы предоставления услуг физическим лицам в современных условиях мирового финансового кризиса пока не в полной мере нашли должного отражение в научных трудах.

Информационной базой при выполнении выпускной квалификационной работы являлись нормативные и законодательные акты РФ, разработки ведущих организаций по банковскому делу, монографии и статьи в научных журналах, а также бухгалтерская и финансовая отчетность ООО «ХКФ Банк». Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, материал работы иллюстрирован рисунками и таблицами. В конце работы приводится список литературы, включающий законы и нормативные акты РФ, монографии и статьи периодической печати.

**1. Теоретические аспекты и правовое регулирование рынка банковских продуктов и услуг**

**1.1 Общая характеристика банковских продуктов и услуг**

Для создания четкой системы управления розничным банковским обслуживанием и последующего роста его эффективности необходимо строго классифицировать виды предоставляемых розничных банковских услуг. Это позволит структурировать основные направления реальных потребностей потребительского рынка в розничных банковских услугах для оптимального распределения финансовых ресурсов банков.

Коммерческие банки предоставляют своим клиентам разнообразные виды розничных банковских услуг, которые можно классифицировать по различным признакам.

1. Расчетно-кассовое обслуживание, которое можно классифицировать по приоритетности данных услуг у населения:

- прием и выдача наличных денежных средств;

- проведение коммунальных платежей;

- обмен валюты;

- предоставление в пользование банковских карт;

- осуществление безналичных переводов.

2. Депозитные услуги, которые можно классифицировать в зависимости от предлагаемых условий:

- срок размещения вклада;

- величина суммы вклада;

- сумма начисляемых процентов по вкладу.

3. Кредитные услуги, которые можно классифицировать в зависимости от назначения и направления [12, с. 68-70].

Ипотечный кредит (ипотека) - кредит, выдаваемый для покупки недвижимости под залог недвижимости в качестве обеспечения возврата кредита. Обычно это долгосрочный заем, выдаваемый на срок от 10 до 30 лет. Ипотечный кредит может быть получен как под обеспечение недвижимостью, уже имеющейся в собственности, так и под обеспечение покупаемой недвижимости — как готовой, так и строящейся. Обеспечением по кредиту может выступать квартира, дом либо земельный участок. Ипотечный кредит может быть также использован на другие цели - например, на ремонт квартиры. В отдельных случаях банк может потребовать внести в качестве гарантии возврата ипотечного кредита определенную сумму из собственных средств – 10-30% от суммы кредита.

Однако в последнее время все большее количество кредитных учреждений отказываются от этой практики и выдают ипотечные кредиты без первоначального взноса, что является несомненным преимуществом подобных программ.

Ипотечные кредиты выдаются с фиксированной процентной ставкой, которая сохраняется в течение всего срока кредита, или с плавающей ставкой, привязанной к ставке Центрального Банка РФ, LIBOR (London Interbank Offered Rate) или MosPrime (Moscow Prime Offered Rate). Например, ставка по кредиту может быть LIBOR + 5%. Т.е., если ставка LIBOR равна 5,5% годовых, то ставка по кредиту будет 10,5% годовых. Если в следующем месяце ставка LIBOR упадет и составит 5.25% годовых, то и ставка по кредиту упадет на 0.25% и составит 10.25% годовых [12, с. 70].

При фиксированной процентной ставке кредитор требует ежемесячного внесения платежей для погашения кредита. Сумма ежемесячных платежей предварительно рассчитывается на весь срок кредитования, фиксируется в кредитном договоре, и состоит из выплаты части основной суммы кредита и выплаты процентов за пользование.

При получении ипотечного кредита потребуется произвести ряд дополнительных расходов. Эти расходы часто могут добавляться к общей сумме кредита. При приобретении жилья по ипотечному кредиту банк потребует произвести три вида страхования: страхование жизни, страхование приобретаемой недвижимости, и титульное страхование — страхование риска потери имущества в результате утраты права собственности на приобретенную недвижимость. Оплата страховки, как правило, делается раз в год в течение всего срока кредитования. Она увеличивает ежегодный платеж по кредиту. С учетом страховки рассчитывается так называемая «эффективная ставка», которая всегда выше, чем та, которую заявляет банк в своих рекламных материалах. Банк-кредитор может потребовать оплатить комиссию за организацию кредита и/ или комиссию за оформление кредита. Оба вида выплат являются дополнительными суммами, взимаемыми при выдаче кредита. Эти выплаты могут взиматься как фиксированными суммами, так и как процент от суммы кредита.

Также придется оплатить оценку закладываемой недвижимости. Часто кредиторы включают во взимаемую плату за оценку административные расходы для покрытия расходов на проведение оценки.

Несомненным преимуществом ипотечного кредита является то, что клиенту не придется накапливать деньги на покупку дома или квартиры. Можно совершить покупку практически немедленно. Клиенту придется лишь выплачивать ежемесячно определенную сумму денег в счет погашения кредита. Эта сумма может оказаться даже ниже арендной ставки за аналогичное жилье. Если клиент взял ипотечный кредит под высокий процент, и ставки упали, всегда можно рефинансировать кредит, т.е. взять в другом банке кредит под более низкий процент и вернуть текущий кредит с высокой процентной ставкой. При этом важно убедиться, что договором ипотечного кредитования не предусмотрены штрафные санкции за досрочное погашение, т.к. банку не выгодно, если клиент погашает кредит досрочно.

Потребительский кредит — кредит, выдаваемый для покупки каких-либо товаров или услуг, например, мебели, видеотехники или туристической путевки. Большинство потребительских кредитов на рынке выдаются с фиксированной процентной ставкой, которая сохраняется в течение всего срока кредита. При фиксированной процентной ставке кредитор требует, чтобы клиент ежемесячно вносил платеж для погашения кредита. Сумма ежемесячных платежей предварительно рассчитывается на весь срок кредитования, фиксируется в кредитном договоре, и состоит из выплаты части основной суммы кредита и выплаты процентов за пользование. Срок кредитования составляет от 6 месяцев до 25 лет [12, с. 72].

Наличие обеспечения по кредиту (квартиры, автомобиля, и т.п.) может повысить шансы на получение кредита, а также снизить ставку кредитования и увеличить сумму кредита. При обеспеченном кредите клиент предоставляет кредитору залог, который служит гарантией возврата кредита. При получении кредита банк может потребовать дополнительные выплаты, такие, как комиссия за выдачу кредита, плата за ведение ссудного счета, страховка. Банк-кредитор может потребовать оплатить комиссию за организацию кредита и/ или комиссию за оформление кредита. Оба вида выплат являются дополнительными суммами, взимаемыми при выдаче кредита. Эти выплаты могут взиматься как фиксированными суммами, так и как процент от суммы кредита. Ставка и срок кредитования и рассчитываемые на их основе ежемесячные платежи по кредиту являются ключевыми факторами в выборе банка-кредитора.

Автокредит - кредит, выдаваемый банком на приобретение автомобилей, как новых, так и подержанных. Обычно выдается на срок от одного до пяти лет. Большинство кредитов на покупку машины на рынке выдаются с фиксированной процентной ставкой, которая сохраняется в течение всего кредитования. При фиксированной процентной ставке кредитор требует, чтобы клиент ежемесячно вносил платежи для погашения кредита. Сумма ежемесячных платежей предварительно рассчитывается на весь срок кредитования, фиксируется в кредитном договоре, и состоит из выплаты части основной суммы кредита и выплаты процентов за пользование. Обеспечением по кредиту обычно служит приобретаемый автомобиль. В этом случае требуется произвести страхование жизни покупателя, а также страхование КАСКО. Банк-кредитор может потребовать оплатить комиссию за организацию кредита и/ или комиссию за оформление кредита. Оба вида выплат являются дополнительными суммами, взимаемыми при выдаче кредита. Эти выплаты могут взиматься как фиксированными суммами, так и как процент от суммы кредита.

Ставка и срок кредитования и рассчитываемые на их основе ежемесячные платежи по кредиту являются ключевыми факторами в выборе банка-кредитора. Ставка кредитования по автокредитам в настоящее время колеблется от 9 до 12 процентов годовых [46, с. 115].

Кредитная карта — это именной платежно-расчетный документ в виде пластиковой карточки, выпущенный кредитным учреждением и удостоверяющий наличие у владельца карты кредита в данном учреждении. Карта используется для расчетов за любые товары и услуги в магазинах либо сети Интернет. Вопреки общепринятому заблуждению, не нужно класть деньги на кредитную карту, чтобы в дальнейшем их использовать. Напротив, банк выдает автоматически возобновляемый кредит в рамках установленного лимита кредитования. При этом лимит кредита обычно ниже по сравнению с ипотечным кредитом или потребительским кредитом, и составляет от 10000 до 150000 рублей в месяц. Кредитные карты являются персональными, на них указаны имя и фамилия владельца, образец его подписи и номер карты. Кредитные карты выпускаются международными платежными системами: VISA, Master Card, Discover, American Express, и т.д. В зависимости от величины кредита и предоставляемых дополнительных льгот и услуг, карты бывают классические, золотые и платиновые.

Получить кредитную карту сравнительно просто. В большинстве случаев банк-эмитент даже не потребует подтверждения дохода с места работы. Достаточно просто указать свои данные в заявлении на получение карты, и после телефонной проверки данных банк выдаст разрешение на выпуск карты. Банк может потребовать платеж за рассмотрение заявления и выпуск кредитной карты. Кроме того, банк также может потребовать годовую плату за обслуживание карты [46, с. 116].

Банк-эмитент кредитной карты не требует обеспечения кредита, т.е. никакого залога не требуется. Однако в случае невозврата кредита по карте проценты будут продолжать накапливаться, кроме того, включаются так называемые проценты за невозврат кредита. В результате, вероятна возможность возбуждения против клиента судебного иска, и клиент становится обладателем отрицательной кредитной истории, что резко снизит возможность получения какого-либо кредита в будущем. Банк, предоставивший кредитную карту, будет предоставлять ежемесячные выписки, в которых указаны все операции, проведенные с кредитной картой — оплаты купленных товаров и услуг или снятие наличных средств. Также в выписке указывается остаток средств, которые клиент может потратить с карточки. Данная услуга предоставляется бесплатно

Основным преимуществом кредитных карт является то, что клиенту не надо каждый раз обращаться в банк за кредитом; кредит по карте является автоматически продлеваемым. Кредитные карты выдаются на срок один или два года и автоматически продлеваются при условии своевременной оплатой счетов по карте. Процентная ставка является наиболее важным фактором, влияющим на выбор той или иной карты. Однако стоит также обратить внимание на комиссию за обслуживание и дополнительные услуги.

Образовательный кредит. Условия образовательного кредита иногда более выгодны, чем у обычного потребительского кредита.

Сумма кредита может составлять несколько тысяч долларов (в зависимости от стоимости обучения и платежеспособности будущего студента), срок такого кредита - до 10 лет.

Некоторые банки могут предоставить кредит траншами перед началом каждого семестра, и исчисление процентов тогда начинается после предоставления каждого такого транша. На период обучения (до 5 лет) банк может предоставить отсрочку долга, однако проценты платить придется [46, с. 118-119].

Для получения образовательного кредита необходимо заключить с банком или иной кредитной организацией кредитный договор.

В соответствии с ГК РФ кредитный договор - это гражданско-правовой договор, по которому банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуется предоставить денежные средства (кредит, в данном случае - на образовательные услуги) в размере и на условиях, которые предусмотрены договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее. Особенности образовательного кредита состоят в следующем:

1) правом на его получение обладает каждый гражданин старше 16 лет;

2) подобный кредит является долгосрочным;

3) заемщик полученные по договору денежные средства может возвратить уже по окончании учебного заведения (т.е. после пятого курса). Это представляется правильным и логичным: ведь после получения гражданином высшего образования подразумевается, что он поднимается на иную ступень социальной лестницы (как специалист выпускник уже имеет возможность найти работу и зарабатывать);

4) получателю кредита (студенту или его родителям) может быть предоставлена отсрочка по его возврату, например на время нахождения учащегося в академическом отпуске или в армии по призыву.

Во время учебы заемщик выплачивает только ежемесячные проценты за пользование кредитом. Процентные ставки по образовательному кредиту в банках различны и составляют примерно 10-19% годовых (в рублях). По правилам, установленным большинством банков, кредит на оплату образования в России может получить только тот гражданин, который учится или собирается учиться на дневном отделении в образовательных учреждениях среднего профессионального и высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию.

Банк вправе отказать в предоставлении кредита полностью или частично при наличии обстоятельств, очевидно свидетельствующих, что предоставленная заемщику сумма не будет возвращена в срок. Выявлению таких обстоятельств способствует заполнение как учащимся, так и его представителями (поручителями) специальных анкет, которые являются неотъемлемой частью пакета документов на предоставление образовательного кредита. Кроме того, учащийся должен представить в банк:

- заявление на получение кредита;

- паспорт или заменяющий его документ (предъявляются);

- договор на обучение в образовательном учреждении.

Основными документами, которые представитель учащегося должен представить в банк, являются:

- паспорт или заменяющий его документ (предъявляются);

- справки о заработной плате представителей и поручителей учащегося с указанием среднемесячного дохода за последние шесть месяцев (для пенсионеров - справка из органов социальной защиты населения и других государственных органов, назначающих и выплачивающих пенсии гражданам России);

- анкеты;

- согласие супругов поручителей и залогодателей на заключение договоров залога и поручительства [39, с. 258].

В период обучения учащийся представляет в банк (каждый семестр или каждый год) документы, подтверждающие прохождение очередного периода обучения (например, справку о переводе на следующий курс и т.п.), а также дополнительные соглашения к договору на оказание образовательных услуг, если таковые заключаются. Погашение основного долга по кредиту осуществляется равными долями (или по графику платежей) с первого числа месяца, следующего за месяцем окончания образовательного учреждения, одновременно с процентами.

Однако некоторые банки разрабатывают программы, некоторым образом напоминающие образовательный кредит в его классическом понимании. Так, ВТБ может выдать на оплату обучения кредит на потребительские цели под поручительство физических и юридических лиц.

Преимущества образовательного кредита можно свести к следующему:

1) кредит предоставляется частями в течение периода обучения учащегося;

2) на срок обучения устанавливается отсрочка погашения основного долга по кредиту (льготный период);

3) срок действия кредита может быть продлен банком в случае предоставления учащемуся образовательным учреждением академического отпуска в установленном законодательством порядке по болезни (на срок до 1 года) или в случае его призыва на воинскую службу (на срок службы);

4) платежеспособность представителя учащегося может быть определена банком на основании доходов представителя, получаемых им по двум местам работы;

5) лимит кредитования может быть рассчитан исходя из суммарной платежеспособности представителей учащегося.

Недостатки образовательного кредита:

1) банк предоставляет кредит в размере не более 70% стоимости образования, т.е. 30% стоимости образования за учащегося должны внести его законные представители;

2) поручителям необходимо иметь официальные доходы (подтвержденные справкой о доходах за последние шесть месяцев), при которых, по прогнозам банка, имеется реальная возможность по возвращению кредита и процентов в установленный договором срок;

3) достаточно высокая ставка процентов;

4) непредсказуемость экономической ситуации в целом и динамики финансового рынка России в частности [39, с. 259].

Представляется, что образовательный кредит будет весьма эффективен в следующей ситуации: поручителем учащегося выступает город или предприятие, которое оплачивает обучение, а обучающийся в свою очередь после получения диплома обязуется отработать на этом предприятии три-четыре года. В сегодняшних условиях такая форма наиболее оптимальна и естественна.

4. Услуги на рынке ценных бумаг, которые можно классифицировать в зависимости от назначения и направления:

- брокерское обслуживание — предоставление брокером посреднических услуг по совершению коммерческих, кредитных, страховых сделок между заинтересованными сторонами — клиентами по их поручению и за их счет;

- трастовые услуги — услуги по доверительному управлению имущества в интересах и по поручению клиента на правах доверенного лица;

- услуги депозитария - услуги по осуществлению учета и хранения любых видов ценных бумаг клиентов.

При исследовании мирового опыта развития банковских услуг отечественные и зарубежные ученые уделяют большое внимание определению основных терминов и понятий, используемых в международной и российской банковской практике. В банковской терминологии очень часто встречаются два схожих понятия: банковская операция и банковский продукт (услуга). Следует разграничить эти понятия.

В.М. Усоскин [41] считает коммерческие банки финансовыми посредниками, обеспечивающими механизм межотраслевого и межрегионального перераспределения денежного капитала в обществе. При этом он выделяет следующие основные банковские операции: прием депозитов, выдача кредитов и осуществление денежных платежей и расчетов.

О.И. Лаврушин [27] рассматривает банковские операции как проявление банковских функций на практике, а банковские услуги как одну или несколько операций банка, удовлетворяющих определенные потребности клиента и обеспечивающих проведение банковских операций по поручению клиента в пользу последнего за определенную плату, что совпадает с определением банковской услуги данным А.И. Жуковым.

В свою очередь, Е.Ф. Жуков [22] подразделяет банковские операции на активные и пассивные и причисляет к финансовым услугам банков такие виды деятельности как лизинг, факторинг, форфейтинг, трастовые операции.

Е.Б. Ширинская [45] относит консультационные услуги банков к забалансовым операциям, поскольку их предоставление не ведет к росту активов и пассивов, а оплата представляет собой комиссионное вознаграждение. В целом, мнение отечественных ученых по проблеме разграничения понятий банковской операции и банковской услуги сводится к рассмотрению банковских услуг как разновидности банковских операций.

В этой связи иллюстративно мнение О.И. Лаврушина [27], согласно которому отличие банковских операций от услуг заключается в том, что «операции осуществляются в денежной форме, отражают денежные потоки в различных фазах воспроизводства, совершаются непосредственно через банки». Следует также отметить единую точку зрения отечественных ученых, указывающих на важнейшую роль банков в обслуживании реального сектора экономики и генерировании около рыночного пространства.

Таким образом, в результате наличия различных точек зрения по поводу трактования терминов, в российской практике не существует единого похода к разграничению понятий банковская операция и банковская услуга.

Российские экономисты обычно относят к банковским услугам совокупность банковских операций.

Зарубежные ученые, в свою очередь, рассматривают банковские операции лишь как разновидность банковских услуг. В частности, американский экономист П. Роуз [38] считает, что банк - это фирма, предоставляющая финансовые услуги, осуществляемые профессиональными кредитными учреждениями. При этом он относит к банковским услугам такие виды деятельности банка, как управление денежными ресурсами, потребительский кредит, управление потоками денежной наличности, лизинг, продажу пенсионных планов.

Отнесение к банковским услугам потребительского кредита и кредитование клиентов основано на принятии в зарубежной практике тенденции рассматривания кредита как услугу корпоративным клиентам, в то время как отечественные ученые, в частности О.И. Лаврушин [27], определяют сущность кредита как движение ссудного капитала от кредитора к заемщику.

Главным отличительным признаком банковской услуги, по мнению П. Роуза, является ее удобство и связь с перемещением различной финансовой информации, тогда как банковские операции тем или иным образом отождествляются с различными формами перемещения денежных средств.

В современной экономической литературе распространено понятие «банковского продукта», которое употребляется в сочетании с банковской услугой, а иногда и заменяет его. Французский экономист, профессор С. де Куссерг считает, что современные возможности банков по оказанию услуг позволяют говорить о банковской индустрии и, следовательно, о наличии банковской продукции. О.И. Лаврушин относит к основным банковским продуктам банковские кредиты.

В данный ряд следует добавить такие разновидности банковской продукции как кредитные, инвестиционные, по управлению активами.

Среди особенностей банковских продуктов С. Де Куссерг выделяет следующие [39, с. 260]:

- неподверженность амортизации;

- отсутствие возможности патентной защиты продукта;

- единообразие предлагаемых банками продуктов;

- зависимость от банковского или аналогового законодательства;

- непосредственная продажа банковских продуктов клиентам.

По С. де Куссергу, к жизненному циклу банковского продукта относятся следующие фазы его развития:

- первая фаза - введение в оборот, характеризуемая быстрым ростом объема продажи;

- вторая фаза — подъем, когда число продаж стабилизируется и далее следует конкурентная борьба между банками за конечного потребителя, усовершенствование продукта;

- третья фаза - спад. Данный период может растянуться на десятки лет, ввиду приверженности клиентов и банков привычным формам сотрудничества.

Несмотря на определенную тождественность понятий «банковская услуга» и «банковский продукт», существуют некоторые отличия в толковании данных терминов, обусловленные спецификой их формирования и предоставления клиентам [39, с. 261].

Банковский продукт является более широким понятием и является комплексом взаимосвязанных услуг и операций банка. Открытие банком документарного аккредитива является банковским продуктом, включающим следующие услуги: анализ внешнеторгового контракта клиента, оказание информационных и консультационных услуг, проведение переговоров с авизующим банком по согласованию условий открытия и подтверждения аккредитива, подготовка соответствующего сообщения в форматах СВИФТ, мониторинг сроков оплаты, проверку документов. Банковский продукт, предоставляемый клиенту, включает и кредитную операцию в форме установления для последнего кредитной линии, в рамках которой открывается аккредитив, если клиент не переводит его покрытие в банк.

В банковской практике выделяются следующие розничные банковские продукты и услуги, основанные на предложении стандартизированных продуктов через множество сбытовых каналов: прием вкладов до востребования и депозитов, потребительский кредит, ипотечное кредитование, расчетные операции, пенсионные счета, кредитные карточки.

**1.2 Правовое регулирование рынка банковских продуктов и услуг**

Организация и деятельность банков регулируются при помощи совокупности юридических норм, которые и составляют банковское право. К образованию и деятельности кредитных организаций имеют применение нормы, регулирующие имущественный оборот вообще (например, нормы Гражданского кодекса), и нормы, непосредственной целью которых является урегулирование тех или иных вопросов банковской деятельности. Правовое регулирование банковской деятельности осуществляется Конституцией РФ, федеральными законами «О банках и банковской деятельности» (в редакции Федерального закона РФ от 3 февраля 1996 г. № 17-ФЗ) и «Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», другими федеральными законами, а также нормативными актами Банка России [2].

Таким образом, под банковским правом понимается совокупность норм права, содержащих предписания, относящиеся к банковской деятельности, т.е. устанавливающих правовое положение самих банков и иных кредитных организаций, регулирующих публичные отношения банков, а также их частно-правовые отношения с клиентами. То есть банковское право включает нормы, в той или иной степени соотносимые с банковской деятельностью. В России условиями возникновения и формирования понятия «банковское право» выступили следующие экономико-управленческие основания:

- создание новых кредитных организаций или коммерциализация уже действующих банков, целью которых является получение прибыли при помощи используемых на свой риск финансовых инструментов;

- преобразование одноуровневой банковской системы в двухуровневую, что вызвало к жизни деятельность коммерческих кредитных организаций, являющихся основными посредниками в совершении денежных операций общества, для чего необходимо банковское право;

- развитие денежного рынка и рынка финансовых услуг.

Современной правовой основой существования банковской системы служит Гражданский кодекс РФ и Конституция РФ. Конституционные нормы определяют органы, уполномоченные выполнять функции управления кредитно-банковской системой, порядок их образования и принципы осуществления поставленных перед ними задач. В Конституции РФ отражены статус, задачи, основные функции и принципы организации и деятельности Центрального банка РФ как публично-правовой организации, его организационная структура, а также основополагающие права и обязанности. В частности. Конституцией РФ регламентирована независимость Банка России (ст. 75). Согласно ст. 75 п. 1 исключительной денежной единицей Российской Федерации является рубль, при этом денежная эмиссия монопольно осуществляется Центральным банком, а введение и эмиссия прочими банками других денег не допускается. В соответствии с п. 2 ст. 75 Конституции РФ основными функциями Банка России является защита и обеспечение устойчивости рубля, ст. 74, 75 устанавливают важнейшие принципы осуществления операций с финансовыми средствами, в частности, принцип недопустимости установления каких бы то ни было препятствий для свободного перемещения финансовых средств [3].

В Гражданском кодексе РФ определяются правовые положения субъектов, участвующих в гражданском обороте и осуществляющих свою деятельность в кредитной сфере, порядок проведения государственной регистрации (ст. 51) и прекращения их деятельности (ст. 54). В нем также даны общие правила о статусе юридических лиц (гл. 4), правила совершения сделок (гл. 9), общие правила о договорах и обязательствах (подраздел 2). Подробно рассматриваются такие договоры, применяемые в банковской деятельности, как договор банковского вклада (гл. 44), договор банковского счета (гл. 45). Раскрываются вопросы займа и кредита (гл. 42). Обеспечению исполнения обязательств посвящена гл. 23, где, в частности, указывается, что основными формами обеспечения могут служить неустойка, залог, удержание, поручительство, банковская гарантия, задаток. Глава 25 и гл. 26 регламентируют ответственность за нарушение обязательств и прекращение обязательств. Глава 46 посвящена вопросам расчетов — наличных и безналичных. В главе 54 дается характеристика доверительного управления имуществом, рассматриваются вопросы финансового лизинга (§ 6 гл. 34).

Отдельные моменты банковской деятельности регламентируются и Уголовным кодексом РФ, обеспечивающим защиту от наиболее серьезных и общественно-опасных посягательств на права и интересы государства, иных субъектов, осуществляющих свою деятельность в кредитно-банковской сфере, а также физических и юридических лиц, пользующихся услугами банков и иных кредитных учреждений. Например, в ст. 185—186 УК РФ предполагается уголовное преследование за изготовление или сбыт поддельных денег и ценных бумаг, а также выпуск любых денежных знаков, отличных от официальной денежной единицы. Статьи 158, 187 УК РФ предусматривают ответственность за подделку пластиковых карт и платежных документов. Глава 22 учреждает ответственность за совершение незаконных сделок с валютными ценностями, а также за сокрытие средств в иностранной валюте, подлежащих обязательному перечислению на счета в уполномоченные банки, и невозвращение средств в иностранной валюте за границу. Уголовный кодекс РФ предусматривает наказание за разглашение банковской тайны (ст. 183), а также за незаконную банковскую деятельность и осуществление банковской деятельности без регистрации (ст. 172) [2].

Помимо данных законов правовые основы банковской деятельности нашли отражение в изданных Центральным банком РФ инструкциях, регламентирующих все сферы деятельности кредитных организаций, а также в положениях, указаниях, письмах. Среди них наибольшее значение имеют следующие инструкции: № 1 — «О порядке регулирования деятельности кредитных организаций», в которой отражаются основные экономические нормативы, регулирующие все стороны банковской деятельности; № 75-И — «О порядке применения федеральных законов, регламентирующих процедуру регистрации кредитных организаций и лицензирования банковской деятельности», которая заменила Инструкцию № 49, содержавшую основные требования и положения создания и реорганизации кредитной организации; № 59 — «О мерах по пруденциальному надзору»; № 8 — «О правилах выпуска и регистрации ценных бумаг кредитными организациями на территории Российской Федерации».

Отдельные виды банковских операций регламентируются федеральными законами, например, «О лизинге» — определяет понятие, виды лизинга, правовые основы лизинговых платежей, объекты и субъекты лизинговой сделки; «Об ипотеке» — регламентирует возможности развития ипотечного кредитования в нашей стране; «О простом и переводном векселе» — отражает основные положения Женевских конвенций 1930 г., «О валютном регулировании и валютном контроле» - раскрывает суть валютных операций, проводимых коммерческими банками, «О залоге» — обеспечивает надежную основу кредитования. После августовского (1998 г.) кризиса был принят Закон РФ «О реструктуризации кредитных организаций», который устанавливает основания, порядок и условия проведения мероприятий по реструктуризации кредитных организаций, определяет основные действия кредитной организации по преобразованию обязательств в уставный капитал и т.д. Большое значение имеет и Федеральный закон РФ «О банкротстве кредитных учреждений», раскрывающий, критерии и процедуру банкротства.

В целом все основные банковские законодательные и подзаконные акты призваны обеспечить управление банковской системой в целом. Так, Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» установил правовой статус ЦБ РФ, принципы его организации, основные задачи и функции, взаимоотношение с органами государственной власти, систему органов управления и их компетенцию, порядок отчетности, принципы организации наличного денежного обращения, основные инструменты и принципы осуществления денежно-кредитной политики, перечень операций, основные принципы и способы банковского регулирования и надзора, принципы организации безналичных расчетов, порядок вступления в силу нормативных актов, статус, права и обязанности служащих Банка России. В свою очередь Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» установил понятие кредитной организации, банка и небанковских кредитных организаций, банковской системы РФ, определил перечень банковских операций, особенности деятельности кредитных организаций на рынке ценных бумаг, принципы взаимоотношений кредитных организаций с клиентами и государством, порядок создания кредитной организации, ее регистрации и лицензирования, основания для отзыва лицензий, порядок открытия филиалов и представительств, принципы обеспечения стабильности деятельности кредитных организаций, банковскую тайну, антимонопольные правила, принципы организации сберегательного дела, организацию отчетности кредитной организации.

В соответствии со ст. 5 Закона РСФСР «О банках и банковской деятельности» от 2 декабря 1990 г. (в редакции Федерального закона Российской Федерации от 3 февраля 1996 г. № 17) банк определяется как кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции [39, с. 260]:

- привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц;

- размещение указанных средств от своего имени и за свой счет;

- открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

В целях сдерживания инфляции и повышения эффективности работы банковской системы, защиты интересов вкладчиков банка Президентом РФ 10 июня 1994 г. был издан Указ «О совершенствовании работы банковской системы Российской Федерации» № 1184. В нем ЦБ РФ рекомендовалось усилить надзор за деятельностью коммерческих банков и кредитных учреждений, обеспечив проведение комплексных проверок их деятельности не реже чем один раз в два года. При ликвидации коммерческих банков (в том числе по причине их несостоятельности (банкротства) ЦБ РФ должен обеспечивать участие в работе ликвидационных комиссий своих представителей и аудиторов. В Указе было установлено, что Председатель ЦБ РФ участвует в заседаниях Правительства РФ, а министр финансов и министр экономики — в заседаниях Совета директоров ЦБ РФ.

Взаимные расчеты — составная часть всех гражданско-правовых обязательств. В соответствии с законодательством расчеты между сторонами обязательственных отношений осуществляются в безналичном порядке через банк. Участие банка в расчетных отношениях между предпринимателями нуждается в соответствующем правовом регулировании, которое определяет правовой статус всех участников этих отношений (главы 45 и 46 ГК РФ).

Производство наличных и безналичных расчетов через банк осуществляется на основании договора банковского счета (ст. 845 ГК РФ «Договор банковского счета»). Субъектами этого договора являются, с одной стороны, предприниматель — юридическое лицо или гражданин, с другой — банк. Этот договор относится к публичным договорам, ибо банк обязан заключать договоры банковского счета с любым клиентом на основе установленных правил, а клиент вправе открывать несколько счетов, в том числе одинаковых (одного вида) в различных банках [39, с. 265].

Предприниматель имеет право выбирать любой банк для своего кредитно-расчетного и кассового обслуживания. И, как правило, правовые взаимоотношения банка и клиента начинаются с открытия счета на основании договора. Клиенты банка вправе открывать необходимое им количество расчетных, депозитных и иных счетов в любой валюте в коммерческих банках с их согласия. Кредитная организация открывает клиенту или указанному им лицу банковский счет на условиях, согласованных обеими сторонами. При этом кредитная организация не имеет права отказать клиенту в открытии счета, если совершающиеся по нему операции предусмотрены законом, учредительными документами и лицензией банка, за исключением тех случаев, когда такой отказ вызван отсутствием у банка технической и производственной возможности принять на банковское обслуживание либо допускается законом или иными правовыми актами (ст. 846 ГК РФ «Заключение договора банковского счета»). При необоснованном уклонении кредитной организации от заключения договора банковского счета клиент вправе предъявить ему требования, предусмотренные п. 4 ст. 445 ГК РФ [44, с. 194].

В Налоговом кодексе РФ предусматривается ответственность за следующие виды нарушений банком обязанностей по соблюдению законодательства о налогах и сборах:

1) нарушение порядка открытия счета налогоплательщику, т.е. банк открывает счет налогоплательщику без предъявления последним свидетельства о постановке на учет в налоговом органе, или открывает счет налогоплательщику, имея решение налогового органа о приостановлении операций по счетам этого лица (ст 132);

2) нарушение срока исполнения поручения о перечислении налога или сбора:

а) нарушение установленного Налоговым кодексом РФ срока исполнения поручения налогоплательщика (плательщика сбора) или налогового агента о перечислении налога или сбора (ст. 133, п. 1);

б) совершение банком действия по созданию ситуации отсутствия денежных средств на счете налогоплательщика, в отношении которого в соответствии со ст. 46 Налогового кодекса в банке находится инкассовое поручение налогового органа (ст. 133, п. 2);

3) неисполнение банком решения налогового органа о приостановлении операций по счетам налогоплательщика или налогового агента (ст. 134);

4) неисполнение решения о взыскании налога, т.е. неисполнение банком в установленный НК РФ срок инкассового поручения (распоряжения) налогового органа о перечислении со счета налогоплательщика или налогового агента при наличии на нем достаточных денежных средств для уплаты суммы налога, включая пеню (ст. 135) [44, с. 198].

Тем не менее, действующее в РФ правовое обеспечение банковской деятельности, несмотря на прогрессивный характер и общую рыночную направленность, не в полной мере соответствует экономической ситуации и международному уровню правового регулирования банковской системы.

**1.3 Новые банковские продукты на российском рынке**

Разработка банковского продукта является сложным многоступенчатым процессом для банковского учреждения, начиная от исследования рынка и предпочтений на текущий момент заканчивая непосредственной апробацией его на предприятии.

Любая инновация в банке, в том числе и непосредственная разработка банковского продукта, сопровождается совокупностью различных процессов.

Понятие «инновация» современная экономическая наука трактует как «конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам». Применительно к названию параграфа, имеется в виду создание банковского продукта, обладающего более привлекательными потребительскими свойствами по сравнению с предлагавшимся ранее, либо качественно нового продукта, способного удовлетворить неохваченные ранее потребности его потенциального покупателя, либо использование более совершенной технологии создания того же банковского продукта.

Инновационная структура коммерческого банка для обеспечения конкурентоспособности должна отвечать следующим требованиям [42]:

- поддерживать постоянное появление, генерацию новых идей;

- анализировать текущую ситуацию на рынке банковских услуг и делать прогнозные оценки;

- отслеживать последние банковские разработки и прилагать соответствующие усилия для усиления позиций банка на рынке;

- способствовать проникновению нововведений в действующие организационные правила и процедуры;

- внедрять новые идеи и превращать их в часть каждодневной оперативной работы;

- расширять спектр банковских услуг, предоставлять новые банковские продукты;

- расширять клиентскую базу коммерческого банка.

Среди непременных свойств, присущих инновации, можно выделить следующие характеристики:

- новизна;

- удовлетворение рыночного спроса;

- коммерческая реализуемость.

Все вышеперечисленные признаки в полной мере отвечают понятию банковского продукта, однако в виду неоднозначности самого понятия инновационной деятельности банка, необходимо отдельно обосновать понятие «новизны» применительно к внедрению именно новых банковских продуктов:

- любой продукт, самостоятельно разработанный банком для удовлетворения потребностей клиентов и не имевший ранее аналогов на рынке, является новым;

- любой продукт, уже имеющийся в спектре услуг банка и используемый на одном из рынков, но выведенный на другой, также является новым;

- любой продукт, внедряемый банком на основе анализа рынка и оценки коммерческой реализуемости создания копии уже имеющегося на рынке продукта, является новым [42].

Вышеизложенное позволяет однозначно сделать вывод, что понятие «инновации» применимо ко всем нововведениям во всех сферах функционирования банка, обладающим определенным положительным экономическим или стратегическим эффектом, примером которого можно считать прирост клиентской базы банка, увеличение доли рынка, сокращение издержек на проведение какого-либо вида операций и т.п., или создающим условия для вышеперечисленного. Инновационный процесс, то есть процесс, связанный с созданием, освоением и распространением инноваций, охватывает все стороны деятельности банка: от разработки концепции или идеи до ее практической реализации.

За последние два года ведущими российскими банками были заявлены пять основных стратегий развития продаж:

- персональный менеджмент, или key account management;

- перекрестные продажи, или cross-sales;

- финансовый бутик (работа с состоятельными клиентами), или private-banking;

- финансовый супермаркет, или розничные продажи типовых услуг;

- отраслевая специализация [31].

Реализация любой из стратегий продаж предполагает не только создание нового подразделения в составе клиентской службы, но и перестройку большинства внутренних процессов банка и частичную смену персонала, не имеющего опыта работы в условиях новой модели бизнеса. Реорганизация бизнеса для претворения в жизнь новой стратегии занимает один-два года. В более сложное положение себя ставят банки, выбирающие сразу несколько стратегий или в течение короткого периода меняющие несколько стратегий.

Для понимания процесса выбора стратегии банком проследим этапы эволюции банка. На начальном этапе топ-менеджеры объединяются и создают банк, обслуживающий узкий круг привлеченных ими самими крупных клиентов. На этой стадии банк еще неосознанно развивает стратегию персонального менеджмента. Для первичной группы клиентов банк реализует необходимый набор услуг. Постепенно мощности банка разрастаются. Для их поддержки, реализуя стратегию персонального менеджмента, банк привлекает новых key account managers, а они, в свою очередь, новых крупных клиентов.

На рис. 1 представлен вероятный сценарий развития банка в отношении постепенного наращивания клиентской базы, начиная с определения первичной группы клиентов и базовым набором предоставляемых услуг и заканчивая полным спектром предоставляемых услуг и выходом на рынок работы с населением [31].

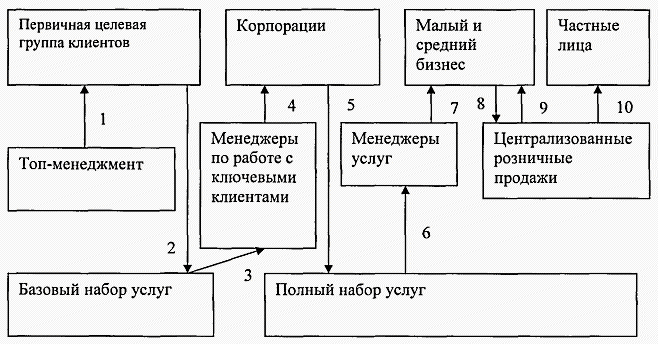


Рисунок 1 - Вероятный сценарий развития банка'

По мере роста числа привлеченных клиентов растут требования к ассортименту услуг банка, которые могут обеспечить только квалифицированные менеджеры услуг. Менеджеры услуг могут привлекать клиентов, в том числе небольшие бизнесы, но только каждый на свой вид услуг. Стратегия перекрестных продаж подразумевает ситуацию, когда каждое подразделение банка является монопродуктовым банком, на агентских началах продающим услуги других подразделений. Небольшие клиенты стремятся упростить отношения с банковским сообществом и воспользоваться услугами только одного банка.

На фоне этого разнокалиберная клиентская политика при перекрестных продажах способствует потере клиентов. Банк стремится ограничить самостоятельность менеджеров услуг, централизовав клиентскую политику, реализует стратегию финансового супермаркета, целью которого является предоставление клиентам всех присутствующих на рынке финансовых услуг, по ценам и качеству не уступающих среднерыночным параметрам. Стратегию финансового супермаркета выгодно использовать крупным банкам с широкой филиальной сетью и конкурентными розничными банковскими услугами.

Не связанные между собой типовые банковские услуги могут обеспечить существование лишь нескольким десяткам крупнейших банков. Остальные банки не могут выдержать конкурентных цен и вынуждены идти дальше, решать финансовые проблемы клиентов. На этом этапе возникает стратегия финансового бутика, если банк ориентируется на работу с состоятельными частными клиентами, или стратегия отраслевой специализации, если для банка приоритетной является корпоративная клиентура. Стратегии отраслевой специализации придерживаются те банки, первичная группа которых изначально имела отраслевую общность.

## Роль информационных технологий в предоставлении банковских розничных продуктов и услуг

Информационные технологии (ИТ) де-факто являются не только средствами автоматизации бизнес-процессов, но и стали интегрированной частью самих эти процессов. В настоящий момент основные банковские бизнес процессы в принципе не могут быть реализованы без использования ИТ. Например, в ритейловом банке ежедневно могут появляться десятки тысяч новых клиентов, а однократное начисление процентов может потребоваться по нескольким миллионам выданных кредитов [29].

Можно предположить, что в основе деятельности ИТ подразделения Банка лежат некоторые принципиальные положения. Причем, независимо от того, закреплены ли эти положения в официальных документах, или они являются не декларируемыми, но общепринятыми и разделяемыми на осознанном уровне всеми заинтересованными и взаимодействующими сторонами или они являются интуитивно понятными и зафиксированными в культуре сложившихся отношений, - неважно. В любом случае все эти принципы составляют содержательную часть реализуемой в банке ИТ стратегии. Даже отсутствие стратегии можно считать одной из возможных стратегий. Банковские информационные технологии на сегодняшний день являются самостоятельным направлением в сфере информационного бизнеса и включают в себя наряду с программным обеспечением, комплекс вопросов, касающихся информационного, аппратно-технического обеспечения банковских операций и телекоммуникаций.

Информационные технологии предоставляют возможность ведения автоматизированного учета всего спектра операций, осуществляемых банком. С приемлемой степенью скорости и надежности, получение всей бухгалтерской и финансовой отчетности. Они поддерживают управленческий учет и стратегическое планирование, предоставляют широкие возможности для контроля и анализа управленческой и учетной информации.

Несмотря на универсальность большинства российских банков с точки зрения спектра операций, практически невозможно найти два банка, похожих друг на друга своей организационной структурой, технологией предоставления клиентам услуг, структурой документооборота и т.д. Хотя экономический смысл банковских операций в любом случае остается неизменным, каждый коммерческий банк работает по своей сложившейся технологии. Она может быть не всегда оптимальной, характеризуется неоправданно высокими затратами, но тем не менее эта технология является «исторически сложившейся» для данного банка.

Проведение безналичного платежа включает в себя стадии подготовки платежного поручения, его передачи в обслуживающий банк, обработки в этом банке и списании суммы платежа со счета плательщика, маршрутизации платежного документа межбанковскими каналами связи в операционное подразделение Банка России, его проведение там по корреспондентским счетам банков плательщика и получателя, передача банкам выписок по их корсчетам в подтверждение платежа, зачисление денег на счет получателя, предоставление плательщику и получателю выписок по их счетам в подтверждение проведения платежа [29].

Очевидно ошибочное представление об издержках платежа, как об издержках на уровне только межбанковских процедур проведения платежа. Требование быстрого проведения последнего должно распространяться не только на межбанковские процедуры, но и на процедуры взаимодействия банк - клиент. Безналичные платежные системы в нашей стране не получат широкого распространения среди малых предприятий и состоятельных слоев населения, если они решат только проблемы электронной обработки и быстрого проведения межбанковских процедур,

Необходимы столь же эффективные и самое главное массово применяемые решения в части быстрой передачи платежных документов на уровне банк - клиент. Если говорить о проведении платежей в режиме реального времени, то именно о всех стадиях платежа - от его инициализации в процессе формирования плательщиком платежного документа до получения выписок получателем платежа.

Банком России уделяется много внимания совершенствованию межбанковской части процедур проведения платежа, и на этом уровне в ближайшем будущем ожидается внедрение системы валовых расчетов в режиме реального времени. Однако большинство предприятий по-прежнему работает с банками традиционным образом, предоставляя платежные поручения на бумажном носителе в процессе физического посещения банковского офиса. Система валовых расчетов в режиме реального времени Банка России, вероятно, не будет пользоваться массовой популярностью ввиду невозможности быстрого проведения платежей на всех стадиях. Если на общение с банком требуются часы, то большинству клиентов будет не очень важно быстрое проведение платежа между банками, они по-прежнему предпочтут наличные расчеты.

Коммерческие банки самостоятельно неспособны стимулировать массовое использование новых коммуникационных технологий, и по сей день взаимодействие с большинством клиентов строится на традиционных методах. Системы банк - клиент есть лишь у крупных предприятий с большим числом платежей, малые предприятия ввиду дороговизны этих систем практически их не используют. Интернет-банк работает у нескольких крупных банков, у большинства других под этим определением скрывается немного модернизированный банк-клиент, с теми же большими издержками в его использовании [44, с. 195].

Для снижения издержек платежа и доведения скорости его проведения до нескольких секунд, централизации всех клиентских счетов на уровне ГРКЦ Банка России представляется необходимым, чтобы платежи проводились одной простой проводкой со счета плательщика на счет получателя. Была доказана возможность применения данной схемы проведения платежа, ее выгодность для коммерческих банков. Однако залогом использования этой схемы будет полный перевод взаимодействия со всеми клиентами на электронные технологии с употреблением средств дистанционного доступа к банковскому счету.

К средствам дистанционного доступа к банковскому счету относятся:

- для оптовых платежных систем - это "толстый" банк-клиент, "тонкий" Интернет-банк, телебанк;

- РОS-терминалы и банкоматы в совокупности с пластиковой картой также считаются средствами дистанционного доступа в розничных карточных платежных системах;

- все перечисленные средства активно используются в экономически развитых странах, поэтому в их массовом внедрении нет ничего сложного. Можно рассуждать лишь о лучших перспективах того или иного средства, об их технологических особенностях и издержках использования. Например, наиболее перспективно выглядит применение для этих целей мобильного телефона, учитывая его микропроцессорные и защитные возможности, ожидания по обеспечению приемлемого доступа в Интернет [32].

У каждого средства дистанционной работы с банковским счетом есть свои преимущества и недостатки. Так телебанк с использованием мобильного телефона позволяет поддерживать связь с банком из любой точки, где есть зона покрытия или роуминга вашего оператора мобильной связи без дополнительных затрат на подключение простым и быстрым звонком в адрес банка. Мобильный телефон обладает небольшим экраном и клавиатурой, а также процессором и памятью, из-за чего он более функционален, чем обычная пластиковая карта. Однако визуальные возможности и возможности хранения и обработки информации мобильного телефона уступают возможностям компьютеров.

Для постоянной работы или сложных действий лучше использовать компьютер, подключенный через Интернет к сайту платежной системы. Такой Интернет-банкинг прост в установке, требует минимальных навыков, а потому имеет преимущества в массовом использовании перед системами банк-клиент. Банк-клиент, который "привязывается", к конкретному компьютеру клиента специалистами банка, представляет лучшую защиту электронного документооборота.

Наконец, пластиковая карта - самое массовое и дешевое средство дистанционного доступа. Однако она малоприменима, если будет немного банкоматов и торговых точек с РОS-терминалами. Установка этого оборудования, особенно банкоматов, требует больших затрат, банкоматы также требуют текущего обслуживания, заправки купюрами [32].

В категориях капиталовложений и функциональности очевидны преимущества систем Интернет-банкинга и телебанка.

Большинство физических лиц традиционно будет использовать пластиковые карточки, поскольку те позволяют экономить деньги и не требуют сложных услуг платежных систем. Высокооплачиваемые слои населения, технологически "продвинутые" предприниматели предпочтут иметь выбор между Интернет-банком и телебанком, а также иметь пластиковую карту, чтобы сообразно обстоятельствам использовать преимущества каждого из этих средств. Уровень доходов позволит им оплачивать эту мультидоступность банковского счета, особенно если она будет предлагаться банками в пакете и за счет массового внедрения за меньшие тарифы.

В качестве аналогии мультидоступности банковского счета можно привести пример выпуска нескольких пластиковых карт к одному банковскому счету. Только здесь, например, одна из этих карт примет вид sim-карты для мобильного телефона и будет легко помещаться в любой мобильный телефон, тем более что уже не редкость мобильные телефоны с двумя sim-картами. В случае потери пластиковой карточки и до получения новой вы можете совершать платежи и снимать наличные традиционным способом через операциониста вашего банка.

При необходимости совершить платеж на оптовом рынке или узнать остаток счета предпринимателю лучше воспользоваться мобильным телефоном. Если ему необходимо оплатить покупку в супермаркете или ресторане, для этого он будет использовать пластиковую карту. Когда следует совершить массу обязательных платежей, обработать выписку по счету и составить бухгалтерскую отчетность, проверить ситуацию на фондовом рынке и скорректировать свой портфель бумаг, предприниматель предпочтет Интернет-банкинг [44, с. 205].

Существуют решения по объединению РОS-терминалов и мобильных или радиотелефонов. Основой может быть сам РОS-терминал или когда к мобильному телефону предлагается специальная "насадка" для помещения пластиковой карты. Использование таких совмещенных устройств позволяет легко переносить средства дистанционного доступа в розничных системах, не быть привязанным к конкретному офису и традиционной линии связи. В нашей стране РОS-терминалы с мобильными телефонами используют службы доставки товаров, купленных через Интернет. Получается, что обеспечить прием платежа посредством пластиковой карты проще, чем пользоваться услугами систем электронных денег. Чтобы не затруднять клиента подходом к стойке и не забирать у него пластиковую карту, в ресторанах устанавливают РОS-терминалы с радиотелефонами.

С помощью мобильного телефона платеж осуществляется через оптовые платежные системы. Процедура проведения платежа оптовых систем, особенно если платеж будет совершаться со счета на счет в одном банковском учреждении, значительно проще, чем платеж в карточной системе. В оптовой системе платежный документ обрабатывается за один сеанс и движется от плательщика к получателю. В карточной системе сначала проходит авторизационная процедура, а затем платежная, в которой применяется требование платежа, более сложное в использовании, чем платежное поручение. Используя мобильный телефон для оплаты крупных покупок физических лиц, удастся сэкономить изрядное число транзакционных процедур. Необходимо лишь решить вопрос быстрого формирования платежной инструкции и ее передачи в платежную систему. В части инициализации платежа, очевидно, проще использовать пластиковую карту и РОS-терминал, которые собственно для этого и предназначены.

Таким образом, мобильный телефон выигрывает у пластиковой карты. Последняя будет использоваться в основном для получения наличных в банкоматах, в продовольственных магазинах или приверженцами традиционных технологий.

Таким образом, рассмотрев современное состояние отечественного рынка банковских услуг, следует отметить его адаптацию к международным условиям, динамичное развитие и достаточно полное законодательное обеспечение. Поэтому во второй части работы проведем анализ банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс Банк», предоставляемых на рынке Брянской области и г. Брянска, для оценки возможных недостатков и выявления перспектив развития банка.

**2. Анализ банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс Банк»**

**2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»**

Общество с ограниченной ответственностью "Хоум Кредит энд Финанс Банк", ранее именовавшееся Инновационный банк "Технополис", было создано в июне 1990 года для обслуживания предприятий малого и среднего бизнеса и продвижения инновационных проектов в области микроэлектроники. С момента приобретения Банка чешской компанией Home Credit Finance a.s. в 2002 году основным направлением деятельности банка стало предоставление кредитов и финансовых услуг для физических лиц. Срок существования кредитной организации – банка с даты ее государственной регистрации 19 лет. Банк создан на неопределенный срок.

С самого начала своего развития корпоративный и розничный бизнес банка строился на предоставлении клиентам полного спектра конкурентоспособных высокотехнологичных банковских продуктов и услуг, включающих расчетно-кассовое обслуживание, валютообменные операции, операции с ценными бумагами, привлечение денежных средств в депозиты, консультационные и многие другие.

С апреля 2002 г. Банк входит в группу компаний Home Credit, которая работает на восточно-европейском рынке потребительского кредитования с 1997 года, и входит в международную группу компаний PPF - одну из крупнейших компаний Центральной и Восточной Европы. После вхождения Банка в международную группу компаний PPF приоритетным направлением бизнеса стало потребительское кредитование. В соответствии со своей стратегией Банк расширяет свою сферу деятельности путем перехода от монопродуктового банка к полноценному розничному банку с кредитным фокусом, посредством диверсификации продуктовой линейки и расширения дистрибьюторской сети на территории РФ.

Приоритетными направлениями деятельности Банка является предоставление кредитов и финансовых услуг физическим лицам в сегменте банковской розницы: на покупку потребительских товаров непосредственно в местах продаж, а также предоставление кредитов на основе пластиковых карт и кредитов наличными через сеть собственных офисов, а также через партнерскую сеть. Клиентами Банка могут стать жители России в возрасте от 18, имеющие стабильный источник дохода и постоянную прописку в одном из регионов страны, где Банк предоставляет свои услуги. Условия кредитования (размер первоначального взноса, срок кредита, процентная ставка и пр.) зависят от вида кредита, стоимости товаров, приобретаемых в кредит, кредитного продукта, категории риска товара/продавца/клиента.

Банк предоставляет потребительские кредиты (в основном на приобретение бытовой, аудио/видео техники, мебели, мобильных телефонов – свыше 50 категорий товаров.) через широкую сеть магазинов-партнеров в Российской Федерации (услуги банка доступны более чем в 1200 городах в 80 регионах РФ).

Банк предлагает своим клиентам с положительной кредитной историей доступ к новым продуктам и предложениям, используя прямую почтовую рассылку (direct mail) и телемаркетинговые кампании, что позволяет повысить эффективность взаимодействия банка с клиентами и увеличить прибыльность в среднесрочной и долгосрочной перспективах. В рамках этих мероприятий предлагаются такие продукты, как кредиты на основе пластиковых карт и кредиты наличными, которые стали предлагаться клиентам с 2006 года. В ноябре 2004 г. банк приступил к выпуску расчетных карт Maestro международной платежной системы MasterCard International. В ноябре 2008 Банк стал членом международной платежной системы VISA.

Одной из основных задач Банка является быть клиентоориентированным банком, который может предложить своим клиентам, как из числа существующих, так и из числа потенциальных потребителей, конкурентоспособные условия кредитования, которые смогут удовлетворить потребительские запросы, а также полный спектр банковских и финансовых услуг для построения долгосрочных отношений с клиентом. По состоянию на отчетный период общее количество клиентов, получивших кредит в Банке, составило более 16 млн. человек. Согласно исследованию Банка Usage & Attitude, посвященного изучению отношения потребителей к брендам банков и их продуктам, ООО « ХКФ Банк» входит в топ-5 банков по уровню знания бренда: этот показатель составил 72% от общего числа опрошенных. Основные продукты, предлагаемые банком для клиентов – товарные кредиты, кредитные карты, кредиты наличными.

С октября 2008 года Банк активно реализует свою стратегию перехода в полноценный розничный банк путем предложения клиентам новой линейки депозитных продуктов (вклады, дебетовые карты) через филиальную сеть..

Клиенты Банка могут вносить платежи в счет погашения задолженности по кредиту более чем в 40 000 пунктах приема платежей, благодаря сотрудничеству Банка с ФГУП «Почта России» и развитию собственной сети кредитно-кассовых офисов Банка. Для упрощения процедуры внесения платежей часть необходимой для погашения кредита информации содержится на бланках в закодированном виде, которые клиент получает сразу после предоставления Банком кредита.

В ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» используется программа ИБС «SC-BANK NT». В основу ИБС «SC-BANK NT» положен модульный принцип построения системы, который позволяет гибко настраивать и адаптировать систему в текущую информационную среду банка и обеспечить интеграцию системы с программными комплексами других разработчиков. Таким образом, обеспечивается комплексная автоматизация всех основных бизнес-процессов банка. ИБС «SC-BANK NT» обеспечивает:

- Централизованное управление банком: ведение единой нормативно-справочной информации и единой картотеки клиентов банка;

- Автоматизацию основных бизнес-процессов работы с клиентами;

- Обслуживание документооборота;

- Ведение бухгалтерского и управленческого учета;

- Обслуживание кредитного и депозитного портфеля;

- Взаимодействие с платежными системами;

- Обработку операций казначейства;

- Мониторинг и управление банковскими рисками;

- Управление персоналом;

- Подготовку и формирование нормативной и управленческой аналитической отчетности;

- Ведение финансового планирования и бюджетирования банка.

Преимущества ИБС «SC-BANK NT» – гибкость и адаптируемость, функциональная насыщенность, высокий уровень информационной безопасности, аналитические возможности, удобство работы с интерфейсом – позволяют повысить конкурентоспособность банка, уменьшить банковские риски и снизить себестоимость банковских услуг.

В соответствии со специальным соглашением с корпорацией Oracle компания СофтКлуб имеет право на совместное льготное лицензирование ИБС «SC-BANK NT» с базовыми технологиями компании Oracle, а также оказание технической поддержки совместного пролицензированного программного обеспечения, что предоставляет банку дополнительные конкурентные преимущества по оптимизации финансовых издержек на построение современной, эффективной и надежной информационной среды.

Основа работы ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» 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.

Успехи банка постоянно отмечаются профессиональными кругами. По итогам опроса Экспертного совета премии "Финансовый Олимп" ООО «Хоум Кредит энд Финанс 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".

В апреле 2008 года рамках 4-й ежегодной церемонии награждения премией "Финансовая элита России" Банк "Хоум Кредит" объявлен победителем в номинации "Банк года в сфере потребительского кредитования". ООО «Хоум Кредит энд Финанс 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".

Рассмотрим более подробно основные экономические показатели деятельности банка. Анализ динамики показателей за 2009 года по сравнению c данными за 2008 года, выявляет следующие существенные изменения:

- увеличение процентных доходов на 129%, связанное с отражением на балансе Банка портфеля кредитных карт при закрытии сделки по секьютиризации, а также с изменением учетной политики по сравнению с 2008 годом в части учета комиссий по кредитам физических лиц;

- внесение вклада в имущество Банка в размере 1 млрд. руб.;

- уменьшение комиссионных доходов, связанное с изменением учетной политики Банка по сравнению с 2008 годом в части учета комиссий по кредитам физических лиц;

- рост процентных расходов на 102%, обусловленный увеличением объемов и стоимости привлекаемых средств в связи с изменением рыночной конъюнктуры;

- рост доходов по операциям с иностранной валютой на 7,1 млрд. руб., полученный из-за реализованных курсовых разниц по операциям хеджирования;

- увеличение прочих операционных доходов, произошедшее в первую очередь за счет получения дохода от завершения в первом полугодии 2009 года сделки по секьюритизации части портфеля кредитных карт.

Так же можно отметить, что операционные расходы в 2009 г. сократились на 29% благодаря сокращению общебанковских расходов, связанных с оптимизацией бизнеса. Таким образом, чистая прибыль 2009 года по сравнению с 2008 г. увеличилась на 6,8 млрд. руб.

Из решений органов государственной власти, оказавших влияние на финансовый деятельность, следует отметить изменение требований к обязательным резервам, размещенным в ЦБ - их снижение позволило ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" распоряжаться высвобожденными средствами, вкладывая их в основную деятельность, а также доступ к инструментам рефинансирования Банка России.

Таблица 1 - Ликвидность ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк", 2009 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Условное обозначение норматива | Название норматива | Допустимое значение норматива | Фактическое значение норматива |
| H1 | Достаточности капитала | Min 10% (K>5 млн.евро) | 24.03 |
| Н2 | Мгновенной ликвидности | Min 15% | 257.76 |
| Н3 | Текущей ликвидности | Min 50% | 370.12 |
| Н4 | Долгосрочной ликвидности | Max 120% | 43.56 |
| Н5 | Общей ликвидности | Min 20% | отменен |
| Н6 | Максимальный размер риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков | Max 25% | 19.21 |
| Н7 | Максимальный размер крупных кредитных рисков | Max 800% | 65.70 |
| H9.1 | Максимальный размер кредитов, банковских гарантий и поручительств, предоставленных акционерам | Max 50% | 7.79 |
| H10.1 | Совокупная величина риска по инсайдерам | Max 3% | 0.06 |
| H12 | Использование собственных средств для приобретения акций (долей) др. юр. лиц | Max 25% | 0 |

Ликвидность кредитной организации и достаточность капитала контролируется Банком России нормативами мгновенной и текущей ликвидности Н2, Н3, Н4 и нормативом достаточности капитала Н1 соответственно. По состоянию на 01.10.2009 г. норматив достаточности капитала составил 24,03%, что превышает больше, чем в 2 раза требуемый Центральным банком Российской Федерации минимальный уровень.

Размер собственных средств кредитной организации – эмитента на последнюю отчетную дату перед предоставлением поручительства составил в 2007 г: 8 706 653 тыс. руб. Размер стоимости чистых активов юридического лица, предоставившего поручительство, которым обеспечивается исполнение обязательств кредитной организации-эмитента по облигациям, на последнюю отчетную дату перед предоставлением поручительства составил стоимость чистых активов поручителя в 2007 году – 25 тыс. руб.

Размер стоимости чистых активов юридического лица, предоставляющего поручительство, на дату окончания 2009 г. - 26 тыс. руб. В течение 2009 г. ООО "ХКФ Банк" полностью соблюдал нормативы, характеризующие его ликвидность. Значение нормативов Н2 и Н3 равно 257,76% и 370,12% соответственно, что значительно выше минимально необходимых показателей, а значение норматива Н4 равно 43,56%, что в 4 раза ниже максимально допустимого значения в 120%.

В целом, стратегия деятельности ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" направлена на достижение оптимального соотношения между ликвидностью, доходностью и рисками. В своей деятельности банк придерживается соблюдения всех пруденциальных норм, установленных Банком России.

В 2009 г. величина уставного капитала ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" составляет 4173 млн. рублей, который полностью оплачен. Собственные средства банка по сравнению с 2008 г. увеличились на 5 315 201 тыс. руб. и составили 24 073 440 тыс. руб.

Основными источниками формирования собственного капитала в отчетный период является уставный капитал (17,3% собственных средств эмитента), дополнительный капитал (37,6%), нераспределенная прибыль предшествующих лет эмитента (44,2%).

Общая величина финансовых вложений в 2009 г.: 101 331 016 тыс. руб. (МБК, кредиты, ценные бумаги, вложения в уставные капиталы), в т.ч.:

- вложения в эмиссионные ценные бумаги: 18 075 131 тыс. руб.

- вложения в неэмиссионные ценные бумаги: 1 830 тыс. руб.

- иные финансовые вложения: 83 254 055 тыс. руб.

У Эмитента отсутствуют вложения в эмиссионные и неэмиссионные ценные бумаги, которые составляют 10 и более процентов всех его финансовых вложений. Информация о формировании резервов на возможные потери (в части вложения в ценные бумаги): величина резерва на начало и конец последнего завершенного финансового года перед датой окончания последнего отчетного квартала 1 830 тыс. руб.

Таким образом, общее финансовое положение ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" можно охарактеризовать как устойчивое.

Основными факторами, оказавшими значительное влияние на результаты финансово-хозяйственной деятельности является способность банка активно реагировать на изменения рыночной ситуации и предпринимать оперативные меры по оптимизации бизнеса, сохранения качества активов за счет непрерывного усовершенствования процесса управления рисками и оптимизации параметров продуктов.

К факторам, влияющим на финансовый результат ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк", можно отнести:

- получение дохода (реализованные курсовые разницы) по операциям хеджирования, по сделкам с ценными бумагами

- получение дохода от завершения сделки по секьюритизации части портфеля кредитных карт

- внесение вклада в имущество Банка в размере 1 млрд. руб.

В таблице 2 представлены основные показатели финансово-хозяйственной деятельности дополнительного офиса банка в г. Брянске за 2006-2008 годы.

Таблица 2 - Основные показатели деятельности дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в 2006-2008 гг., тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. | Изменение 2008 к 2006 г. | |
| абсолютное, тыс. руб. | относительное, % |
| Собственные средства | 10045870 | 10830174 | 20799741 | 10753871 | 207,05 |
| Денежные средства | 2524012 | 3068129 | 6841808 | 4317796 | 271,07 |
| Уставный капитал | 3405284 | 3405284 | 6803605 | 3398321 | 199,80 |
| Ссудная задолженность | 77640657 | 105106498 | 133949742 | 56309085 | 172,53 |
| Прибыль | 767591 | 2084091 | 1972831 | 1205240 | 257,02 |
| Средства кредитных организаций | 7771097 | 8604864 | 9920207 | 2149110 | 127,66 |
| Средства клиентов | 7250481 | 99455730 | 152251063 | 145000582 | 2099,88 |
| Общая сумма обязательств | 103628664 | 124220522 | 179749336 | 76120672 | 173,46 |
| Общая величина имущества | 113752649 | 136356226 | 200613098 | 86860449 | 176,36 |

Для более наглядного представления представим данные в виде диаграммы (рисунок 1).



Рисунок 1 – Основные экономические показатели деятельности дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске, 2006-2008 гг.

На основе данных публикуемой отчетности могут быть рассчитаны следующие относительные показатели (таблица 3).

Проанализировав полученные показатели, можно сделать выводы:

- коэффициент доли капитала (К1 = Собственные средства/Активы) в пассивах показывает, какая часть банковских капиталов принадлежит его собственникам. Очевидно, что чем больше значение этого коэффициента, тем более надежен банк и тем больше перспективы банка в развитии своей деятельности. В случае дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске наблюдается рост этого показателя в последнем периоде по сравнению с предыдущим.

Таблица 3 - Относительные показатели деятельности дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске, 2006-2008 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| Коэффициент доли капитала | К1 | 8,8% | 8,0% | 10,3% |
| Доля рисковых активов | К2 | 77% | 83% | 77% |
| Кредитная активность | К3 | 68% | 78% | 66% |
| Уровень мобилизации капитала | К4 | 58% | 40% | 65% |
| Доля резервов в активах банка | К5 | 6,1% | 2,3% | 2,2% |
| Коэффициент ликвидности | К6 | 29% | 19% | 26% |
| Коэффициент отношения капитала к уставному фонду | К7 | 2,9 | 3,2 | 3,0 |
| Рентабельность прибыли | К8 | 0,9% | 1,5% | 0,9% |

- высокая доля рисковых активов (К2 = (Ссуды+Лизинговые операции+Вложения в ценные бумаги)/Активы) наблюдается тенденция к снижению этого показателя. Однако, следует учитывать, что больший удельный вес активов составляет ссудная задолженность, что указывает на кредитную активность банка.

- в дополнительном офисе ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске наблюдается высокая кредитная активность (К3 = Кредиты/Активы). Особенно велик этот показатель в 2006 г. - 78 %.

- в 2006-2008 гг. наблюдается высокий уровень мобилизации капитала (К4 = (ОС, НМА, МЗ + Чистые вложения в ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи)/Собственные средства), что снижает возможности выполнения капиталом защитной и оборотной функций.

- показатель отношения резервов к активам (К5 = Резервы/Активы) характеризует качество портфеля активов: чем более рисковый портфель у банка, тем выше его значение. Исходя из полученных показателей, можно сказать, что качество портфеля активов дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске улучшается.

- коэффициент покрытия ликвидными активами обязательств банка (К6 = Ликвидные активы/Обязательства) показывает способность банка ответить по своим обязательствам с помощью активов с короткими сроками реализации. Способность отвечать по своим обязательствам находится на допустимом уровне, хотя в 2007 г. этот показатель был низким - всего 19%.

- коэффициент отношения капитала к уставному фонду (К7 = Собственные средства/Уставный капитал) показывает зависимость собственных средств от уставного капитала банка. Высокий показатель этого коэффициента говорит о неликвидности банка с точки зрения владельцев, но в случае дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске показатели низкие, что благоприятно для собственников банка.

- по данным публикуемой отчетности возможен расчет рентабельности (К8 = Прибыль/Активы) с некоторыми недостатками, но даже такой общий показатель способен охарактеризовать способность банка в условиях конкуренции на рынке банковских услуг получать прибыль. В дополнительном офисе ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске наблюдается положительная рентабельность.

Аналитический баланс дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске публикуется в открытой печати.

1. Денежные средства и ссудная задолженность. Средства банка в денежной форме в 2006 г. составили 2524012 тыс. руб., в 2007 г. - 3068129 тыс. руб. и 6841808 тыс. руб. в 2008 г., что составило 2,22%, 2,27%, 3,41% в составе пассивов соответственно по периодам. Чистая ссудная задолженность на 01.01.06 г. составила 77640657 тыс. руб., на 01.01.07 г. - 105106498 тыс. руб., на 01.01.08 - 133949742 тыс. руб. Видно, что в 2007 г. ссудная задолженность увеличилась на 26%, а в 2008 г. еще на 21%.

2. Собственные средства и их источники. Собственные средства дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске составили 10045870 в 2006 г., 10830174 тыс. руб. в 2007 г. и 20799741 тыс. руб. в 2008 г. Удельный вес источников собственных средств в составе пассивов составил 8,83%, 8,01% и 10,3% соответственно. Уставный капитал в 2006-2007 гг. составлял 3405284 тыс. руб., а к 2009 г. увеличился до 6803605 тыс. руб. В 2008 г. уставный капитал увеличился на 49%. В составе собственных средств составил 33,8%, 31,4% и 32,7%.

Можно сделать вывод, что в балансе дополнительного офиса ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске отражаются состояние собственных и привлеченных средств банка, а также их размещение в кредитные и другие активные операции. От периода к периоду наблюдается увеличение валюты баланса, что говорит о расширении деятельности банка рынке банковских услуг. Также во всех периодах дополнительный офис ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске получал прибыль, что является главной целью деятельности любого коммерческого банка. По данным баланса осуществляется контроль за аккумулированием и размещением денежных ресурсов банка; состоянием кредитных, расчетных, кассовых и других банковских операций; правильностью отражения этих операций в бухгалтерском учете.

Рассмотрим в соответствии с темой выпускной квалификационной работы более подробно банковские продукты и услуги, предоставляемые дополнительным офисом ООО "ХКФ Банк" в г. Брянске.

**2.2. Анализ банковских продуктов и услуг ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»**

Основным видом деятельности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»является предоставление конкурентоспособных продуктов и финансовых услуг в сегменте банковской розницы. Банк осуществляет свою деятельность в 80 регионах РФ в тесной кооперации с федеральными и региональными партнерами. Партнерами ООО «ХКФ Банк» на рынке потребительского кредитования в настоящее время являются крупные федеральные и региональные торговые сети, а также отдельные магазины столицы и регионов России. Банк делает основной акцент на развитии долгосрочных и взаимовыгодных деловых взаимоотношений с надежными и опытными компаниями. Региональная сеть Банка состоит из 92 представительств, 172 банковских офисов и 6 филиалов. Банк продолжает лидировать на рынке потребительского кредитования (доля рынка более 27%) и остается вторым крупнейшим игроком на рынке кредитных карт с рыночной долей в 10,5%. Реализуя переход от монолайнера к универсальному розничному банку, ООО «ХКФ Банк» успешно вышел на рынок депозитов для физических лиц. Банк начал активно работать с текущими счетами, дебетовыми картами на новой банковской IT-платформе. Банк также активно развивает собственную сеть банкоматов, укрепляя тем самым базу для дальнейшего перехода в универсальный розничный банк.

Доля доходов кредитной организации - банка от основной деятельности (видов деятельности, видов банковских операций, предусмотренных законом РФ) в общей сумме полученных доходов кредитной организации – банка. Изменения размера доходов кредитной организации - ООО «ХКФ Банк» от основной деятельности (видов деятельности, видов банковских операций, предусмотренных законом РФ) на 10 и более процентов по сравнению с соответствующим отчетным кварталом предшествующего года и причины таких изменений.

Размер доходов кредитной организации - ООО «ХКФ Банк» от основной деятельности в 2009 г увеличился незначительно - на 3 028 855 тыс. руб. по сравнению с 2008 г. (размер дохода от основной деятельности в 2008 г составил 11214307 тыс. руб.). Это обусловлено изменением динамики портфеля, продуктовой линейки, текущими рыночными и экономическими условиями, ужесточением процедур андеррайтинга и управления рисками, а также внедрением банком программы оптимизации бизнеса.

|  |  |
| --- | --- |
|  | 01.01.2009 |
| Общая сумма доходов, тыс. рублей | 62 437 921 |
| Вид банковских операций: потребительское кредитование | |
| Размер доходов от данного вида деятельности банка, тыс. рублей | 14 343 162 |
| Доля доходов от основной деятельности в общей сумме доходов банка (%) | 22,97 |
| Изменение по сравнению с предыдущим отчетным периодом | +2 раза |

Представим данные о банковских продуктах и услугах по состоянию на 01.01. 2009 г.ООО «ХКФ Банк» в виде диаграмм (рис. 2-3).



Рисунок 2 – Структура банковских продуктов и услуг ООО «ХКФ Банк» по состоянию на 01.01. 2009 г.О

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» осуществляет свою деятельность в Российской Федерации и не ведет свою основную деятельность в нескольких странах. Банк начал осуществлять деятельность в области потребительского кредитования населения, начиная с марта 2002 г. ООО «ХКФ Банк» входит в число кредитных организаций России, получивших рейтинги более чем одного международного рейтингового агентства. 02.12.2005 года Moody's Interfax Rating Agency присвоило банку рейтинг по национальной шкале на уровне Аа3.ru.



Рисунок 3 - Структура кредитного портфеля ООО «ХКФ Банк» в г. Брянске по состоянию на 01.01. 2009 г.

Среди позитивных факторов - хорошая капитализация, сильная позиция по ликвидности, а также продолжающаяся сильная поддержка со стороны материнской компании PPF Group.

Устойчивый рост основных показателей деятельности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» и сохранение его рейтинговых оценок является следствием адекватности реализуемой стратегии развития внешним и внутренним факторам. Банк продолжает активно развиваться из монопродуктового банка в полноценный розничный банк, делая акцент на развитии полноценного розничного бизнеса: кредитные продукты, вклады, дебетовые карты, развитие собственной филиальной сети и сети банкоматов.

Ориентация на качественное улучшение стандартов клиентского обслуживания и удовлетворение потребительских требований лежат в основе успешной деятельности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк». Банк является первым игроком в сегментах потребительских кредитов и вторым крупнейшим игроком на рынке кредитных карт.

Ориентация на качественное улучшение стандартов клиентского обслуживания и удовлетворение потребительских требований лежат в основе успешной деятельности Банка. Банк является вторым по величине игроком в сегментах потребительских кредитов и кредитных карт.

Общая величина финансовых вложений в 2009 г.: 81 723 810 тыс. руб. (МБК, кредиты, ценные бумаги, вложения в уставные капиталы), в т.ч.:

- вложения в эмиссионные ценные бумаги: 10 782 670 тыс. руб.

- вложения в неэмиссионные ценные бумаги: 1 830 тыс. руб.

- иные финансовые вложения: 70 939 310 тыс. руб.

У ООО «ХКФ Банк» отсутствуют вложения в эмиссионные и неэмиссионные ценные бумаги, которые составляют 10 и более процентов всех его финансовых вложений на 01.07.2009. Информация о формировании резервов на возможные потери (в части вложения в ценные бумаги):

- Величина резерва на начало последнего завершенного финансового года перед датой окончания последнего отчетного квартала.

- Величина резерва на конец последнего завершенного финансового года перед датой окончания последнего отчетного квартала.

- Общие тенденции развития рынка банковских услуг, наиболее важные для ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

Основными положительными тенденциями развития рынка банковских услуг, важными для ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» являются:

- высокий уровень достаточности капитала

- стабильная позиция по ликвидности

- поддержка банковского сектора со стороны государства.

Возможные факторы, которые могут негативно повлиять на основную деятельность кредитной организации - банка, и возможные действия кредитной организации - банка по уменьшению такого влияния.



Рисунок 4 – Место ООО «ХКФ Банк» на рынке товарных кредитов по состоянию на 01.01. 2009 г.

Результаты деятельности в значительной степени зависят от общеотраслевых тенденций, таким образом, среди факторов, существенным образом влияющих на результаты деятельности ООО «ХКФ Банк» можно отметить:

- Общее состояние экономики и банковского сектора в частности. Мировой экономический кризис повлек за собой ухудшение во всех сферах экономики, что негативно влияет на состояние банковского сектора в целом и ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в частности.

- Высокая вероятность роста конкуренции в банковском секторе. Влияние данного фактора на деятельность ООО «ХКФ Банк» выражается в снижении доходности банковских операций и роста расходов. Активизация борьбы за клиентов ценовыми методами и повышение вероятности «неблагоприятного отбора» заемщиков в сочетании с необходимостью поддержания процентных ставок по привлеченным средствам на привлекательном для клиентов уровне влечет снижение прибыли банков. Поскольку рост конкуренции происходит постепенно, и ограничивается текущей неблагоприятной ситуацией в мировой экономике в целом, вероятность резкого снижения показателей Банка за счет действия данного фактора невелика.

- Высокая вероятность роста затрат ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк». Увеличение затрат связано с развитием филиальной сети, кадровым обеспечением деятельности банка, технологическим развитием.

Наличие разветвленной филиальной сети в перспективе будет являться одним из условий высокой конкурентоспособности ООО «ХКФ Банк». Затраты на ее создание и развитие уменьшают прибыль банка, однако в перспективе будут способствовать росту доходов. С учетом программы оптимизации бизнеса банка, банк планирует оптимизацию своей сети.

- Необходимость увеличения затрат на персонал связана с общими тенденциями роста заработных плат в банковском секторе и необходимостью увеличения численности персонала для обслуживания все более значительного объема операций банка.

- Технологическое развитие банка требует затрат на приобретение новой техники и технологий, наличие которых так же является непременным условием сохранения конкурентоспособности. Решения, связанные с увеличением расходов банка тщательно анализируются на предмет их возможного влияния на результаты деятельности как в ближайшей так и в отдаленной перспективе с целью минимизации рисков.

Существенные события/факторы, которые могут улучшить результаты деятельности кредитной организации - банка, и вероятность их наступления, а также продолжительность их действия. Для реализации своих целей ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» ставит перед собой следующие задачи:

1. Расширение перечня и усовершенствование предлагаемых клиентам продуктов и услуг;

2. Рост депозитной базы;

3. Развитие и оптимизация каналов дистрибуции, укрепление отношений с действующими партнерами;

4. Постоянное совершенствование процедур риск-менеджмента с целью сохранения качества активов на приемлемом для бизнеса уровне;

5. Постоянное совершенствование методик и процедур работы с просроченной задолженностью;

6. Оптимизация расходов;

7. Развитие бренда: создание на рынке банковских услуг образа Банка, позволяющего клиентам дифференцировать его услуги от услуг конкурентов.

В 2009 г. ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» был размещен выпуск облигаций серии 06: неконвертируемые, документарные, процентные облигации на предъявителя, с обеспечением, с возможностью досрочного погашения по требованию владельцев серии 06, с обязательным централизованным хранением, в количестве 5 000 000 шт., номинальная стоимость одной облигации 1 000 руб., общий объем выпуск составил 5 000 000 000 руб. Дата государственной регистрации 20.06.2008 г., регистрационный номер 40600316В. ООО «ХКФ Банк» планирует использовать средства, полученные от данного размещения облигаций на рефинансирования и развития бизнеса. Для снижения кредитных рисков при кредитовании, кроме проверок заявителя, банком применяются методы:

- постоянный мониторинг эффективности работы операторов, администраторов и торговых менеджеров, продавцов, обеспечивающих оформление кредитных договоров в точке продаж, с целью минимизации операционных рисков, а также предотвращения риска мошенничества;

- тщательный отбор и постоянный контроль предприятий, при участии которых осуществляется программа кредитования физических лиц;

- управление портфелем: в районах с высокой долей просроченной задолженности, отказ от акций, в которых отсутствует первоначальный взнос за товар и применение акций с первоначальным взносом, процент не возврата по которым меньше;

- исковая работа по взысканию задолженности в судебном порядке, которая в достаточной степени носит «публичный» характер для формирования общественного мнения о неотвратимости ответственности за неисполнение своих обязательств;

- обязательное оперативное извещение заемщика о просроченной ссудной задолженности, задолженности по процентам, комиссиям, пеням и штрафам. В случае невозможности телефонного контакта обязателен выезд сотрудника банка с целью личного контакта с заемщиком и вручением ему соответствующего извещения;

- введение требования о невозможности получения одним и тем же лицом второго кредита при имеющейся непогашенной просроченной задолженности по первому.

Рыночные риски, приобретаемые ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» подразделяются на валютный, процентный риск и фондовый риск.

Функции управления, оценки и контроля административно разнесены. Оценка рисков, их ограничение, а также контроль лимитов в текущем режиме осуществляется Управлением рыночных рисков и Отделом сопровождения операций на финансовых рынках, Служба внутреннего контроля осуществляет постконтроль. Установление предельных значений рыночного риска осуществляется Комитетом по вопросам установления лимитов. Ответственным за проведение мероприятий по снижению уровня рисков является Комитет по управлению активами и пассивами (Assets Liabilities Committee, далее – ALCO). Контроль лимитов проводится на всех этапах от моделирования до заключения и подтверждения сделки .

Фондовый риск обусловлен изменением в стоимости финансового инструмента в результате изменения рыночных цен в не зависимости от того, вызваны ли эти изменениями факторами, специфичными для конкретной инвестиции или банка, или факторами, влияющими на все финансовые инструменты, обращаемые на рынке. Утвержденные процедуры и регламенты позволяют отслеживать в режиме реального времени подверженность риску текущей позиции. Технологии не позволяют заключать операции и проводить транзакции, ведущие к превышению заданного уровня риска. Основными методами управления и контроля фондовых рисков является хеджирование, установление лимитов, формирование резервов, управление капиталом.

Валютный риск оказывает существенное влияние на финансовые показатели ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в связи со спецификой бизнеса. Валютный риск возникает в результате того, что Банк привлекает средства в долларах США и евро, а основной бизнес – предоставление кредитов физическим лицам, номинированных в российских рублях.

Банк хеджирует валютные риски путем заключения срочных конверсионных сделок напрямую и с использованием биржевых инструментов.ООО «ХКФ Банк» является членом секции срочного рынка ММВБ и секции стандартных контрактов СПВБ. Основной объем сделок приходится на сделки «валютный форвард» и «валютный своп». Основные контрагенты по операциям хеджирования – крупнейшие мировые финансовые институты, имеющие инвестиционные рейтинги кредитного риска, и их дочерние банки в России. В банке внедрена система ограничения валютных рисков, предполагающая одновременное удовлетворение российским пруденциальным нормам и требованиям международной банковской практики, с акцентом на минимизацию потенциальных потерь от переоценки валютной позиции банка на временном горизонте 1 год в соответствии с требованиями международной отчетности. Лимиты открытой валютной позиции утверждаются Комитетом по управлению активами и пассивами. Лимиты на проведение спекулятивных операций отсутствуют.

Подверженность процентному риску определяется неблагоприятными изменениями процентных ставок по требованиям и обязательствам, при наличии дисбалансов по срокам переоценки. Для оценки процентного риска в банке используются GAP анализ, анализ дюрации, моделирование и сценарный анализ. При моделировании процентного риска формируются прогноз аналитического баланса, прогноз безрисковой кривой доходности, расчет чувствительности активов и пассивов, прогноз и степень влияния неожиданного риска на величину аналитического капитала банка, прогноз и степень влияния ожидаемого процентного риска на прибыль ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк». На основе полученных результатов Комитет по управлению активами и пассивами принимает решения по лимитированию дисбаланса и меры по управлению активами и пассивами в целях минимизации риска. Лимиты на величину процентного риска устанавливаются по величине открытой позиции по процентному риску на стратегическом и среднесрочном горизонте.

Оценка риска ликвидности происходит путем анализа планируемых поступлений и списаний, на основании которых строится баланс ликвидности по срокам погашения и движения денежных средств. В основе оценки лежит метод управления активами и пассивами и планирования ожидаемой маржи от активно-пассивных операций. Временно свободные ресурсы при высокой ликвидности банк размещает в наиболее ликвидные и надежные финансовые активы: облигации ЦБ РФ, облигации, входящие в ломбардный список ЦБ РФ, депозиты, размещаемые в банках с наивысшим кредитным рейтингом. Высокое кредитное качество запасов ликвидности определяется отбором контрагентов и установлением лимитов на объемы операций. Управление пассивной частью осуществляется путем повышения капитализации и диверсификации источников заемных средств путем выпуска российских облигаций, еврооблигаций, привлечения синдицированных кредитов, секьюритизации части кредитного портфеля, привлечения субординированных кредитов. Банк имеет доступ ко всем инструментам рефинансирования ЦБ РФ: ломбардные кредитные аукционы, аукционы по предоставлению кредитов без залога, аукционы прямого РЕПО.

Операционный риск – это риск потерь, возникающих в связи с неадекватными или ошибочными, действиями персонала, неполадками в работе компьютерных систем, компьютерным мошенничеством, а также влиянием внешних факторов. В целях управления операционным риском в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» введена многоступенчатая система лимитирования и контроля при совершении операций и сделок на всех стадиях, позволяющая обеспечить значительное снижение рисков. С учетом вышеизложенного операционный риск не оказывает существенного влияния на качество и своевременность исполнения банком своих обязательств.

**2.3.Анализ структуры и динамики банковских продуктов и услуг ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»**

ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк", один из лидеров российского рынка банковской розницы, работает на российском рынке с 2002 года. В 2009 г. (МСФО) года активы банка составили 93,462 млрд. рублей, капитал – 22,541 млрд. рублей, кредитный портфель – 71,104 млрд. рублей. Чистая прибыль по итогам первого полугодия 2009 года составила 920 млн. рублей.

Банк уверенно держится в группе лидеров в сегментах товарного кредитования и кредитных карт. Основными конкурентами банка на рынке товарных кредитов являются ЗАО «Банк Русский Стандарт» ОАО «ОТП Банк», ОАО «Альфа-Банк», Русьфинансбанк. На рынке кредитных карт с Банком конкурируют ЗАО «Банк Русский Стандарт», ЗАО КБ «Ситибанк», ОАО «ОТП Банк», ОАО «Альфа-Банк», ОАО АКБ «АВАНГАРД», ОАО «Банк Москвы», ОАО АКБ «ХОУМ КРЕДИТ ЭНД ФИНАНС БАНК». Основными «игроками» на рынке нецелевых кредитов, на который Home Credit вышел в 2006 году, являются «Сбербанк России» ОАО, АКБ «ХОУМ КРЕДИТ ЭНД ФИНАНС БАНК», ОАО «Россельхозбанк», Raiffeisen Group, ОАО «УРАЛСИБ», Группа ВТБ, ОАО «Банк Москвы» и ЗАО КБ «Ситибанк

Доля ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» на рынке товарного кредитования составила 26%, доля на рынке кредитных карт – 10%. Региональная сеть Банка состоит из 83 представительств, 172 офисов и 6 филиалов на территории России. Банк "Хоум Кредит" предлагает своим клиентам широкое разнообразие кредитных продуктов с различными условиями. Продукты представлены в более чем 29 тыс. магазинах-партнерах в 1200 городах России. Клиентами банка являются более 16 млн человек. Реализуя переход от монолайнера к универсальному розничному банку, ХКФБ успешно вышел на рынок депозитов для физических лиц. За шесть месяцев 2009 года депозитная база банка увеличилась вдвое – с 810 млн руб. до 2 610 млн руб., – продемонстрировав прирост в более чем 200%.

Вклад банка "Хорошие новости" был по достоинству оценен не только клиентами, но и бизнес-сообществом: Банк получил бронзовую награду конкурса "БРЭНД ГОДА/ EFFIE 2008" в категории "Финансовые организации. Продукты и услуги". ООО «ХКФ Банк» активно работает с текущими счетами, дебетовыми картами на новой банковской IT-платформе. ХКФБ также активно развивает собственную сеть банкоматов, состоящую сегодня из 218 банкоматов, укрепляя тем самым базу для дальнейшего перехода в универсальный розничный банк. В настоящее время ООО «ХКФ Банк» предоставляет своим клиентам следующие розничные услуги:

- Пластиковые карты;

- Вклады;

- Кредитование;

- Интернет-эквайринг;

- Денежные переводы;

- Депозитные сейфы;

- Платежи через банкоматы;

- Кассовое обслуживание;

- Личные банковские счета;

- Прием платежей и выплаты;

- Дорожные чеки;

- Услуги на фондовом рынке;

- SMS-Банк.

Из множества предоставляемых ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» физическим лицам розничных банковских услуг подробно остановимся на рассмотрении кредитных услуг физическим лицам. Потребительское кредитование охватывает следующие виды услуг:

- кредитные карты (кредит на пополнение банковского счета - овердрафт);

- экспресс-кредит;

- кредит до зарплаты;

- кредит на неотложные нужды.

По кредитным картам кредиты предоставляются в долларах США, евро и рублях. Сумма кредита: от 50 долларов США до 3 тыс. долларов США, от 50 до 3 тыс. евро, от 500 до 100 тыс. рублей. Срок предоставления кредита - 1 или 2 года. Процентные ставки: в рублях - 29% в год, в валюте - 19% в год.

При экспресс-кредитовании поручителей и залогов не требуется, необходимо предъявить российский паспорт и еще один документ - например, водительские права. Условия предоставления кредита следующие. Кредит выдается в долларах США, евро и рублях. Сумма кредита от 3 тыс. до 10 тыс. рублей выдается сроком на 6 месяцев. Сумма кредита от 10 тыс. до 200 тыс. рублей выдается сроком по выбору: на 6 месяцев или на 1 год. В последнем случае для получения кредита в сумме до 100 тыс. рублей необходимо внесение на банковский специальный счет первоначального взноса в размере не менее 20% суммы предоставляемого кредита. Для получения кредита в сумме свыше 100 тыс. рублей необходимо внесение на банковский специальный счет первоначального взноса в размере не менее 40% суммы предоставляемого кредита. Кредит выдается без предоставления справки о доходах (форма № 2-НДФЛ). Процентная ставка по кредиту в сумме до 100 тыс. рублей - 29% годовых; по кредиту в сумме свыше 100 тыс. рублей - 33% годовых.

Недавно у банка появился новый продукт — «кредит до зарплаты»: можно без декларирования цели получить от 3 до 15 тыс. руб. на срок от одного до четырех месяцев под 33%. Услуга пользуется популярностью: на один «экспресс-кредит» приходится полтора «кредита до зарплаты». Оказалось, что очень большое количество граждан испытывает краткосрочную потребность в деньгах.

Еще один вид розничного кредитования, предлагаемый ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» - кредит на неотложные нужды. Валюта кредита: доллары США, евро, рубли. Сумма кредита: от 1 тыс. долларов США до 10 тыс. долларов США; от 1 тыс. до 10 тыс. евро; от 30 тыс. до 300 тыс. рублей. При этом доступная каждому конкретному заемщику максимальная сумма кредита определяется индивидуально и не должна превышать: при кредите сроком на 6 месяцев - 3-х документально подтвержденных зарплат (доходов); при кредите сроком на 12 месяцев - 4-х документально подтвержденных зарплат (доходов); при кредите сроком на 24 месяца - восемь документально подтвержденных доходов. Срок кредита: 6 или 12 месяцев — в долларах США, евро или рублях; 24 месяца - в долларах США. Процентная ставка в рублях составляет 33% в год, в валюте - 22% в год.

Автокредитование включает в себя следующий пакет услуг:

- автоэкспресс кредит;

- автоэкспресс кредит на покупку подержанных автомобилей на территории авторынков;

- автокредит.

Ипотечное кредитование включает:

- кредитование покупки квартиры на вторичном рынке;

- кредитование приобретения квартиры на этапе строительства;

- кредитование под залог (ипотеку) квартир, находящихся в собственности заемщиков.

Рассмотрим один из самых востребованных продуктов ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» Банка на рынке ипотечного кредитования: кредитование покупки квартиры на вторичном рынке. Условия предоставления кредита.

Валюта кредита - доллары США, ЕВРО. Целевое использование - покупка квартиры на вторичном рынке недвижимости. Минимальный размер кредита - 47 000 долл. США (или эквивалент в ЕВРО). Максимальный размер кредита 500 000 долл. США (или эквивалент в ЕВРО). Процентная ставка - фиксированная, от 10% годовых (определяется индивидуально по результатам рассмотрения заявки). Срок кредита - до 10 лет с правом досрочного погашения по истечении 3 - 6 месяцев со дня выдачи кредита.

Также в головном офисе ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предоставляются следующие услуги по кредитованию физических лиц:

- кредитование в индивидуальном порядке;

- кредитование по стандартным схемам;

- экспресс-кредитование.

Кредиты предоставляются в рублях и долларах США. Остановимся на вышеперечисленных видах услуг.

Кредитование в индивидуальном порядке. Минимальная сумма кредита составляет 50 тыс. долларов США. Максимальный срок кредитования — до 2 лет. Для рассмотрения вопроса о кредитовании необходимо представить в банк заполненные бланки кредитной заявки и анкеты заемщика.

Кредитование по стандартным схемам. Стандартные схемы кредитования ориентированы на определенный вид обеспечения и отличаются упрощенным порядком предоставления кредитов.

В настоящий момент ООО «ХКФ Банк» предоставляет следующие стандартные кредитные продукты: кредитование под залог векселей банка или ценных бумаг; кредитование под поручительство юридических лиц.

Кредитование осуществляется либо под поручительство юридических лиц, на которых в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» установлен лимит кредитного риска, либо под поручительство юридических лиц, разместивших денежные средства в депозит в банке. Минимальная сумма сделки составляет 50 тыс. долларов США. Остальные условия предоставления кредитов по стандартным схемам (процентная ставка по кредиту, срок кредита) устанавливаются отдельно по каждой схеме.

Экспресс-кредитование.Программа «Экспресс-кредит. ООО «ХКФ Банк» предлагает кредит на приобретение бытовой и аудио-видео техники, электроники, компьютеров и других товаров, кроме мобильных телефонов, в магазинах «М.Видео». Кредит предоставляется гражданам РФ в возрасте от 21 до 55 лет (для женщин), от 21 до 60 лет (для мужчин).

- сумма кредита от 3 000 до 100 000 рублей;

- 10% - первоначальный взнос;

- 10% - сумма ежемесячного платежа по кредиту;

- 10 месяцев - срок кредита.

Рассмотрев указанные розничные банковские услуги ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» можно констатировать, что они являются наиболее перспективным направлением в деятельности банка. Это подтверждается следующими показателями. Клиентская база ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»стремительно растет. В настоящий момент клиентами банка являются более 2 млн. человек. По данным на 1 апреля 2009 г., объем депозитов физических лиц достиг 1,27 млрд. долларов, а розничный кредитный портфель вырос до 990 млн. долларов. Увеличение объема кредитов физическим лицам ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» на сегодняшний день опережает развитие рынка. Направление розничного кредитования в банке за прошедший год выросло в 3 раза, тогда как среднерыночный показатель - 2,2 раза.

В текущем периоде ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» ведет активную работу по внедрению новых продуктов для населения: кредитование покупки подержанных автомобилей, эмиссия кредитных карт и карт с овердрафтом, ипотечные программы. По прогнозам экспертов, наиболее быстрыми темпами будут развиваться ипотечные программы, занимающие в настоящее время не значительную долю в общем объеме розничного кредитного портфеля ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

Совет Директоров ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» утвердил выход банка на рынок розничных банковских услуг через развитие Программ ипотечного кредитования, авто-кредитования, и потребительского кредитования. Стратегия банка на ближайшие несколько лет предусматривают укрепление позиции Банка на рынке финансовых услуг, дальнейшее увеличение доли рынка. В частности, развитие банка будет направлено на усиление розничного бизнеса через рост портфеля ипотечного кредитования и развитие новых розничных продуктов:

1. Программа ипотечного кредитования (по стандартам АИЖК и банков-партнеров).

2. Программа авто-кредитования с 1 февраля 2009 г. и планирует довести портфель до объема 400 млн руб. на январь 2010 и 1 млрд. руб. на январь 2011 года.

3. Программа потребительского кредитования на срок не более года (685 млн руб. и 1,157 млрд. руб. на январь 2010 и 2011 года соответственно).

С целью финансирования программ розничного кредитования, ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в настоящее время внедряет новую продуктовую линейку для увеличения остатков на счетах корпоративных и розничных клиентов и роста срочных вкладов, в том числе через улучшение тарифной политики по срочным вкладам и модификацию линейки универсальных розничных депозитных продуктов (также банк внедрил вклады до 3 лет). При этом ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» намерен обеспечить рост корпоративного кредитного портфеля, а также увеличить доли банка на рынке розничных продуктов и услуг, с целью повышения конкурентоспособности банка в российском банковском секторе.

Основные источники средств будут предусматривать организацию международного финансирования, в частности:

- Дебютное привлечение синдицированных кредитов (в российских рублях и/или в иностранной валюте);

- Дебютный выпуск облигационного займа и дебютный выпуск кредитных нот (CLN – credit linked notes) или аналогичных инструментов на рынке ценных бумаг (при условии благоприятной рыночной конъюнктуры).

В настоящее время банк объявил тендер среди иностранных банков на участие в качестве главного организатора всех синдицированных займов, привлекаемых ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в течение ближайших трёх лет, это особенно может быть интересно им, потому, что банк динамично развивается благодаря первому международному инвестору, вложившему в акционерный капитал в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» (банк сейчас ведет и другими иностранными банками и фондами по акционерному финансированию).

**3. Направления развития банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк»**

**3.1 Оптимизация процентных ставок по валютным депозитам и кредитам**

В рыночных условиях коммерческие банки должны уделять серьезное внимание привлечению ресурсов и для этого:

- разрабатывать собственную депозитную политику;

- особое внимание в процессе осуществления депозитной политики уделять срочным вкладам;

- разнообразить виды вкладов;

- расширять банковские услуги для привлечения потенциальных вкладчиков;

- проводить эффективную процентную политику, не снижающую доходность банка и обеспечивающую определенную привлекательность для вкладчиков.

Стратегические инструменты управления депозитами банка включают мероприятия, направленные на укрепление его позиций на депозитном рынке, который предусматривает учет всего комплекса факторов, которые создают внешнюю среду для банковской деятельности. Тактические инструменты управления депозитными операциями в банке включают мероприятия улучшения внутренней организации депозитной работы: совершенствование правил и порядка осуществления депозитных соглашений, улучшения работы персонала банка, который занимается пассивными операциями, поиск новых форм работы с клиентами, уменьшение вероятности риска и нерациональных решений и тому подобное.

В стратегическом плане управления депозитной деятельностью банка опирается на маркетинг депозитного рынка, регуляции спроса и предложения депозитных услуг. В тактическом плане управления депозитными операциями банка предусматривает, в первую очередь, налаживание четкого мониторинга количества и качества своего депозитного портфеля.

Специфической чертой депозитных операций является активная роль клиента банка, который самостоятельно определяет величину вклада, то есть частицу своих доходов, которую он направляет на сбережение. Мероприятия влияния на экономическое поведение потенциальных вкладчиков должны занять весомое место в процессе управления депозитными операциями коммерческого банка. Честность и порядочность банка относительно клиентов должны быть нормой в любых, даже самих неблагоприятных для банковской деятельности, ситуациях.

Подорожание депозитов приводит и к подорожанию кредитных ресурсов банка. Поэтому стремления банка к максимальному удовлетворению потребностей вкладчиков должны ограничиваться будущими возможностями прибыльного размещения привлеченных ресурсов под высший, сравнительно с депозитами, процент. Для реализации этого задания коммерческие банки устанавливают минимальную сумму срочного депозитного вклада, минимальный срок, на который укладываются денежные средства, годовую процентную ставку, периодичность выплаты процента (ежемесячно, ежеквартально, по окончании срока) и тому подобное.

Эффективное управление депозитными операциями создает условия для оптимальной ресурсной регуляции в коммерческом банке. Умелое маневрирование ресурсами – важный показатель профессионализма банковского персонала.

Пассивные операции коммерческого банка органически связаны с активными операциями. Банковский менеджмент неотделимый от обеспечения эффективных взаимосвязей пассивных и активных операций банка. Привлечение денежных средств на депозиты в банк теряет любой смысл, если нет надежных каналов их следующего прибыльного размещения.

Коммерческий банк отвечает перед вкладчиком за обязательствами, которые выплывают из депозитного договора, собственными средствами, имуществом и всеми надлежащими активами.

Однако на сегодня в России нет более-менее надежных гарантий вкладов, размещенных в коммерческих банках. Согласно нормативным актам вклады Сберегательного банка гарантируются государством, поскольку этот банк является государственным, однако средства государственного бюджета в настоящее время крайне ограничены.

Надежная и эффективная система гарантирования вкладов создает условия для защиты интересов вкладчиков на случай неплатежеспособности или банкротства банка, уменьшения риска кризиса банковской системы в результате потери ликвидности через массовое снятие депозитов, повышения эффективности управления денежно-кредитной сферой экономики в результате увеличения объема депозитов.

При привлечении денежных средств право выбора остается за клиентом, а банк вынужден вести нередко жесткую конкуренцию за вкладчика, потерять которого довольно легко. Ограниченность ресурсов, связанная с развитием банковской конкуренции, ведет к тесной привязке к определенным клиентам. Если круг этих клиентов узок, то зависимость от них банка очень высока. В части пассивных операций выбор банка обычно ограничен определенной группой клиентуры, к которой он привязан намного сильнее, чем к заемщикам.

Вследствие этого в сложившейся ситуации для решения проблемы формирования ресурсной базы банка необходимо усилить работу по расширению круга вкладчиков. Поэтому банку нужна грамотная депозитная политика, в основу которой ставится поддержание необходимого уровня диверсификации, обеспечение возможности привлечения денежных ресурсов из других источников и поддержание сбалансированности с активами по срокам, объемам и процентным ставкам.

С целью расширения своего кредитного потенциала банкам необходимо активизировать свою депозитную политику. Этого можно достичь несколькими способами, в том числе с помощью расширения перечня вкладов. Так, можно предположить, что для клиентов будут выгодны целевые вклады, выплата которых будет приурочена к периоду отпусков, дням рождений или другим праздникам. Их сроки короче традиционных, а процент – выше. Примером целевого вклада могут стать так называемые «новогодние вклады», «рождественские вклады», т.е. в течение года банк принимает небольшие вклады на празднование Нового года и Рождества, а в конце года банк выдает деньги вкладчикам, желающие же могут продолжать накопление денег до следующего нового года.

Для клиентов с разным уровнем дохода ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» мог бы предложить принципиально новые финансовые услуги, например, соединение традиционного депозитного вклада с целым набором небанковских услуг – страховых, туристических или по приобретению потребительских товаров со скидкой.

Для наибольшей заинтересованности клиентов ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» может предложить выплату процентов по размещенным вкладам вперед с целью компенсации инфляционных потерь. В данном случае вкладчик при помещении средств на определенный срок сразу же получает причитающийся ему доход. Однако в том случае, если договор будет расторгнут досрочно, банк пересчитает проценты по вкладу и излишне выплаченные суммы будут удержаны из суммы вклада.

С целью поддержания устойчивого положения и динамичного развития на рынке депозитных услуг в ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» целесообразно создать систему страхования депозитов. Этот вопрос является актуальным в настоящее время. Данная система будет выгодна и для банка и для его клиентов. Для клиентов система страхования депозитов будет привлекательна с точки зрения сохранности их вкладов при возможном банкротстве банка, что обеспечит данному банку сравнительные преимущества по сравнению с другими банками, где такая система отсутствует. Эта система даст банку дополнительный приток временно свободных средств населения и юридических лиц во вклады, т.к. будет уверен, что его вклад защищен в кризисных ситуациях. Приток средств соответственно позволит банку расширить свою базу для кредитования реального сектора экономики. Объектами страхования в первоочередном порядке (из-за недостатка источников финансирования) должны стать депозиты физических лиц, а в перспективе и депозиты юридических лиц.

В рамках данного вопроса необходимо отметить и тот факт, что в целях повышения эффективности управления риском ликвидности данной кредитной организации возникает необходимость принять меры по минимизации негативного влияния непредвиденного изъятия населением срочных вкладов на финансовое состояние банка. Только в случае защиты от досрочного изъятия банк в полной мере сможет использовать депозиты населения для расширения средне- и долгосрочного кредитования, столь необходимого экономике.

Для проведения эффективного управления депозитами необходимо определить оптимальный объем периода хранения срочных вкладов как физических, так и юридических лиц. При этом ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» особое внимание следует уделить тому, что сроки депозитов должны быть увязаны со сроками оборачиваемости кредитов, на выдачу которых могут быть направлены срочные депозиты.

В заключение можно сказать, что каждый банк разрабатывает свою депозитную политику, определяя виды депозитов, их сроки и проценты по ним, условия проведения депозитных операций опираясь при этом на специфику своей деятельности и учитывая фактор конкуренции со стороны других банков и инфляционные процессы, протекающие в экономике.

Эффективное управление пассивами предполагает осуществление грамотной депозитной политики. Специфика этой области деятельности в том, что в части пассивных операций выбор банка обычно ограничен определенной группой клиентуры, к которой он привязан намного сильнее, чем к заемщикам. При выдаче ссуды банк, а не клиент, решает вопрос о передаче денег заемщику, то есть имеет значительную возможность маневра денежными ресурсами. При привлечении денежных средств право выбора остается за клиентом, а банк вынужден вести нередко жесткую конкурентную борьбу за вкладчика, потерять которого довольно легко. Безусловно хорошие заемщики тоже представляют собой большую ценность и формирование их широкого круга - одна из важнейших задач банка. Но первичным все же является привлечение, а не размещение ресурсов.

Таким образом, считаю возможным предложить следующие направления по совершенствованию пассивных операций ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк»:

1. Активная PR-пропаганда выгодных условий по депозитам населения, поскольку банк планирует в расходах на реализацию стратегии развития смену бренда, то относительно небольшая сумма на включение информации о депозитах в рекламные проспекты, брошюры и листовки незначительно увеличит расходы банка.

В рамках реализации этого мероприятия предлагается также увеличить процентную ставку по депозитам для физических лиц в среднем на 1% по всем видам вкладов. На данный момент процентная ставка варьируется в пределах 1,25-11,5% годовых в зависимости от суммы и срока депозита.

На данный момент средства вкладчиков – физических лиц составляют 35327473 тыс. руб., что позволило получить ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» 281392 тыс. руб. дохода за 9 мес. 2009 г. Согласно данных Сбербанка России за 1999-2001 гг. при изменении процентных ставок по депозитам (произошла их дифференциация и рост на 0,5-3%) доля вкладов населения увеличилась на 6,8%. Таким образом, данное увеличение хотя бы на 1% позволит увеличить средства вкладчиков на 2802268 тыс. руб., что повысит прибыль ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» на 41534 тыс. руб.

Соответственно вырастет и сумма средств возможных для предоставления в кредит клиентам банка. Таким образом, при увеличении доли краткосрочных кредитов (на 22 млн. руб.) при средней процентной ставке по предлагаемым тарифам 19%, общая сумма доходности банка увеличится на 22\*0,19 = 4180 тыс. руб.

2. ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» необходимо усилить работу с корпоративными клиентами. Для улучшения ситуации необходимо пересмотреть перечень услуг, предоставляемых организациям – например помимо выдачи зарплатных карт работникам обслуживаемой организации сразу предлагать открывать депозитные вклады для работников, тем более что необходимая информация предоставляется при открытии зарплатных счетов, т.е. процесс открытия счета минимально прост и не требует дополнительных расходов как со стороны ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк», так и со стороны предприятия.

Для организации-клиента это предложение выгодно и возможно поскольку:

- предприятие получает возможность предоставлять работникам дополнительные социальные бонусы, перечисляя определенный размер от премий, вознаграждений, «13-ой зарплаты» и пр. на депозитные счета работников, не создавая собственный премиальный фонд;

- у работников предприятия есть возможность получить дополнительные пенсионные доплаты при условии вложения средств аналогично накопительной части страховых пенсионных взносов. Для этого необходимо предусмотреть возможность размещения этих средств (по желанию работников) на Пенсионный пополняемый депозит Сбербанка России;

- ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» получает возможность привлечения дополнительных средств, по аналогии с предыдущим предложением и с учетом охвата только 60% от возможной корпоративной клиентуры, при условии ее 100% охвата, а это возможно при реализации данного предложения, доходность банка увеличится на 3674\*40 = 146960 тыс. руб.

**3.2 Использование маркетингового подхода при введении новых банковских услуг**

ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» ставит для себя целью существенно увеличить занимаемую долю оказания услуг клиентам на данном сегменте рынка, не менее чем в 2 раза увеличить оборот по клиентским операциям с ценными бумагами.

Отдельным направлением деятельности банка является оказание полного спектра инвестиционных банковских услуг институциональным инвесторам.

ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк», должен обеспечить клиентам:

- возможность индивидуальных и коллективных форм инвестиций;

- возможность осуществлять прямые инвестиции в ценные бумаги на любом сегменте фондового рынка;

- возможность поручить банку управление пакетом ценных бумаг.

- особое внимание стоит обратить на оборот несекьютеризированных активов клиентов (кредитные портфели, коммерческая задолженность);

- антикризисное управление активами клиентов

- предоставление финансовых консультаций, структурирование торговых портфелей ценных бумаг;

- покупка и продажа пакетов акций по поручению клиентов, покупка значительных пакетов долевых бумаг в инвестиционные портфели;

- хеджирование финансовых рисков клиентов;

- восстановление стоимости активов компаний.

На основе миссии формулируются долгосрочные цели организации (более 1 года) или качественные результаты. Эти цели отвечают на вопрос: Что организация хочет получить и чего достичь? Долгосрочные цели до 2010 года приведены в таблице 4.

Намечено активизировать участие банка на рынке ссудного капитала, увеличить объемы финансирования приоритетных отраслей производства, с использованием гибкой процентной политики и различных схем кредитования.

Таблица 4 - .Долгосрочные цели ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк»

|  |  |
| --- | --- |
| Области определения целей | Цели |
| Прибыльность | 1.Достижение коэффициента чистой прибыли 12% в течение 3 лет.  2.Увеличение прибыли в 2009 году на 35% по сравнению с уровнем 2008 года. |
| Работа с предприятиями | 1.Разработка и внедрение системы стимулирования предприятий, которая позволит увеличить количество точек продаж кредитов на 50 %.  2.Организация рабочих мест по выдаче кредитов во всех районах области.  3.Проведение рекламной компании в рамках внедрения новых услуг.  4.Организация кредитно-кассовых офисов в крупных областных центрах. |
| Маркетинг | 1.Увеличение доли рынка в течение 2 лет с 4% до 10%.  2. Увеличение кредитного портфеля на 40% в течение 2 лет. |
| Финансы | 1.Увеличениее экономической рентабельности Банка на 7% в 2009 году по сравнению с уровнем 2008 года и поддержание ее такой в течение 3 лет.  2. Увеличение средней фактической заработной платы до 350 долларов США.  3.Сохранение уровня финансовой прочности 50%. |
| Продукция | 1.Расширение сети банкоматов.  2. Расширение перечня услуг, предоставляемых клиентам Банком.  3.Разработка новых продуктов в рамках корпоративного сотрудничества с крупными предприятиями города. |
| Здания, сооружения и оборудование. | 1.Косметческий ремонт зданий. Приведение внешнего вида зданий в соответствие с единым стилем.  2.Благоустройство территории.  3.Обеспечение новой техникой всех рабочих мест (модернизация старой техники). |
| Исследования и внедрение новшеств. | 1.Освоение новых информационных технологий в сфере экономики и бизнеса, в частности программ, способствующих увеличению скорости обработки документов.  2. Установка в городе и области банкоматов cash-in,которые, помимо стандартных операций (выдача наличных, информация об остатке и последних операциях, платежи), позволяют держателям карт Visa и MasterCard вносить наличные денежные средства на текущий и карточный счета. |
| Организация | Организация отдела маркетинга и рекламы к концу 2008 года.  Организация отдела кредитования юридических лиц. |
| Человеческие ресурсы | Обучение и проведение аттестаций по программам кредитования «Ипотека», «Кредитование малого бизнеса», «Кредитование юридических лиц». |

Динамичное развитие получит инвестиционное кредитование, а также выдача международных и рублевых пластиковых карт, зарплатных проектов для частных вкладчиков и корпоративных клиентов. Продолжится совершенствование функционирования системы расчетов, укрепление материально-технической базы и повышение уровня автоматизации банковских операций.

Разработка новых мероприятий.

1. Разослать кредитные карты, например, Visa Classic с лимитом в 30000 рублей своим клиентам, хоть раз бравшим в нем кредит и аккуратно по нему расплатившимся.

Клиент бесплатно получает карту международной платежной системы VISA int., которую можно использовать как для снятия наличных средств, так и для оплаты товаров и услуг в России и по всему миру. Кредитный лимит по карте составит 30 000 рублей, процентная ставка за пользование кредитом — 22% годовых. Кредит по карте является револьверным. Это мероприятие позволяет клиенту пользоваться лимитом, расходуя средства Банка и внося собственные средства в удобном для себя режиме.

В конце каждого месяца гасится 10% основной задолженности, а также выплачиваются банку проценты за пользование кредитом. После внесения очередного платежа кредитный лимит восстанавливается, и можно продолжать пользоваться средствами Банка. Вносить ежемесячные платежи за пользование кредитным лимитом можно в любом из дополнительных офисов ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» региона.

Соглашение о предоставлении револьверного кредита оформляется аналогично кредитной линии — фактически заемщику открывается кредитная линия на срок от одного года до двух лет. Карту можно бесплатно активировать до определенной даты, а деньги, находящиеся на ней, предоставляются в «револьверный» кредит. Причем при рассылке учитываются не только клиенты собственно ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк», но, в основном, клиенты поглощенного им банка «Первое Общество взаимного кредита» («1 О.В.К.»), который находился в здании нынешнего филиала ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк».

Похожая программа имеется у главного конкурента – «Банк Русский Стандарт» - после погашения кредита по почте присылается пластиковая карта MasterCard c лимитом 30 000 рублей.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Банк | ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» | «Банк Русский Стандарт» |
| вид пластиковой карты | Visa Classic international | MasterCard |
| процентная ставка | 22% | 24% |
| вид кредита | револьверный | револьверный |
| срок кредитной линии | от 1 года до 2 лет | 3 года |
| способ оплаты | любой офис региона, почтовый перевод | почтовый перевод, через отделения сотрудничающих банков |
| условия получения | положительная кредитная история, присылаются либо по почте после погашения кредита, либо выдаются сразу во время оформления кредита. Активируются после погашения кредита. | оформление кредита на сумму свыше 5000 руб, присылается после первого взноса за кредит, активация карты зависит от того, как добросовестно расплатится клиент за кредит. |
| мин. ежемесячная сумма погашения задолженности | 10 % от всей суммы кредита | не менее 4 % от всей суммы кредита |
| Банковские комиссии | 100 руб. за ведение счета ежемесячно | 1.5% от суммы задолженности за ведение счета + 0.2% от суммы наличных снятых с карты |

2. Расширить перечень услуг, которые можно оплачивать через банкоматы и установить CASH-банкоматов с модулем приема наличных.

3. Открытие Call-центра, где клиент может контролировать свой счет и кредит, а так же получить любую информацию о кредитах, банковских комиссиях и др. Call-Центр - операторский центр обработки контактов, который позволит клиентам обеспечить повышение уровня обслуживания абонентов за счет более оперативной, дешевой и качественной обработки запросов по телефонному и иным каналам связи. Call-центр включает в себя комплекс программных и технических решений для обеспечения оперативного обслуживания заказов и запросов клиентов, проведения маркетинговых опросов, рассылок.

4. Ввести новую услугу - прием коммунальных платежей – за газ, за свет, за телефон в банкоматах ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк», а так же принимать платежи за обучение через кассовые узлы.

5. Провести переговоры с ФГУП «Почта России» о снижении комиссии за перечисление с заемщиков и компенсировать снижение комиссии за счет увеличение объема привлеченных клиентов.

6. Зарплатные проекты.

|  |  |
| --- | --- |
| Мероприятие | Возможный эффект от внедрения |
| Открытие Call-центра | Это решение позволит общаться с каждым клиентом лично, доходчиво и быстро отвечать на его вопросы, уменьшать степень безграмотности клиентов, позволит клиентам получать полную информацию о текущем состоянии счетов по телефонной и факсимильной связи с соблюдением конфиденциальности. |
| 2.Разослать пластиковые карты с револьверным кредитом, например, Visa Classic с лимитом в 30 000 рублей своим клиентам, хоть раз бравшим в ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» кредит и аккуратно по нему расплатившимся. Клиент бесплатно получает карту международной платежной системы VISA int., которую можно использовать как для снятия наличных средств, так и для оплаты товаров и услуг в России и по всему миру | Соглашение о предоставлении револьверного кредита оформляется аналогично кредитной линии — фактически заемщику открывается кредитная линия на срок от одного года до двух лет.  Банку это решение позволит удерживать старых клиентов и привлекает «новых» - тех кто раньше обслуживался в ОВК. |
| 2. Установить CASH-банкоматов с модулем приема наличных и расширить перечень услуг, которые можно оплачивать через банкоматы | Это решение позволит удерживать старых клиентов и привлекать новых. Экономическая выгода очевидна. |
| 3. Ввести новую услугу - приеме коммунальных платежей в банкоматах ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк», а так же принимать платежи за обучение через кассовые узлы. | Это решение позволит удерживать старых клиентов и привлекать новых. Экономическая выгода от комиссий за обслуживание очевидна. |
| 4. Провести переговоры с ФГУП «Почта России» о снижении комиссии за перечисление с заемщиков и компенсировать снижение комиссии за счет увеличение объема привлеченных клиентов. | Это значительно упростит процедуру погашения кредитов заемщикам, проживающим в области и расширит круг потенциальных заемщиков. |
| 5. Предложить крупным предприятиям и организациям города перевести выдачу зарплаты и стипендий не через кассу предприятия, а путем зачисления на пластиковые карты, к карте прикрепить счет с револьверным кредитом или с допустимым минусом, который будет рассчитывается пропорционально зарплате. | Привлечение огромной доли клиентов, приобщение к культуре банковского обслуживания, привлечение ежемесячно большой денежной массы. |

Поставленные цели и задачи требуют принятия маркетинговой политики банка, отвечающей предпочтениям и потребностям целевых групп существующих и потенциальных клиентов. Активная адресная продажа продуктов и услуг предусматривает определенные приоритеты в продуктовой политике, а также оптимизацию форм и методов продаж. Для этого ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» должен стремиться к установлению долгосрочных партнёрских отношений. С этой целью банк должен прогнозировать развитие потребностей клиентов, появление новых направлений банковского бизнеса, проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и предлагать полный спектр банковских продуктов и услуг.

Создание системы индивидуального обслуживания клиентов –CRM (Customer Relationship Managerment - система управления лояльностью клиентов), включающей полный спектр банковских продуктов и услуг, отвечающих международным стандартам на сегодняшний день одна из главных задач, стоящих перед любым современным банком, желающим сохранить конкурентоспособность на рынке. Данный подход предполагает предложение клиенту специально разработанных индивидуальных схем и технологий, обеспечивающих развитие и оптимизацию бизнеса клиента, страхование его рисков; закрепление за клиентом персональных менеджеров, обладающих необходимым уровнем полномочий, предоставление клиентам технологических и информационных возможностей банка, широкого спектра консультационных услуг; проведение гибкой тарифной политики индивидуального обслуживания. Следует ввести в практику клиентские семинары и конференции, целевые рекламные акции, ориентированные на конкретную группу клиентов, развивать систему адресной рекламы.

Каждое из предложенных направлений предполагает высокое качество продуктов и услуг, их постоянный мониторинг, повышение уровня сервиса за счет оптимизации банковских процедур и роста культуры обслуживания, системную разработку новых банковских продуктов и услуг для максимального удовлетворения потребностей клиента.

**3.3 Мероприятия по развитию банковских продуктов и услуг ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк»**

Приоритетными направлениями деятельности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» является предоставление кредитов и финансовых услуг физическим лицам в сегменте банковской розницы: на покупку потребительских товаров непосредственно в местах продаж, а также предоставление кредитов на основе пластиковых карт и кредитов наличными через сеть собственных офисов, а также через партнерскую сеть.

Банк оперативно реагирует на изменения, которые происходят на российском рынке банковских услуг, предлагая клиентам и партнерам оптимальные условия кредитования и сотрудничества.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно выделить следующие мероприятия по совершенствованию процесса кредитования физических лиц в ООО «ХКФ Банк» (таблица 7).

Таблица 7 – Основные направления совершенствования потребительского кредитования ООО «ХКФ Банк»

|  |  |
| --- | --- |
| Мероприятие | Ожидаемый эффект |
| Увеличение сумм нецелевых кредитов до 500 000 руб. | Рост клиентов порядка 7% - увеличение доходов банка – 500\*0,234 = 117 тыс. руб. |
| Новые кредитные продукты для специальных групп населения (врачи, учителя) на льготных условиях | Рост клиентов порядка 12,5% - увеличение доходов банка – 1350\*0,19 = 256,5 тыс. руб. |
| Выпуск новых револьверных карт до 30 тыс.шт. с лимитом до 40 тыс. руб. | Наличие средств в обороте, с задолженностью по каратам до 700 тыс. руб., т.е. гарантированное получение дохода порядка 700\*0,19 = 133 тыс. руб. |

Для большей наглядности представим прогнозное изменение основных показателей ООО «ХКФ Банк» в виде диаграммы (рисунок 6).



Рисунок 6 – Рост доли ООО «ХКФ Банк» на рынке потребительского кредитования

В целом, стратегия деятельности Банка направлена на достижение оптимального соотношения между ликвидностью, доходностью и рисками. В своей деятельности Банк придерживается соблюдения всех пруденциальных норм, установленных Банком России Активными игроками на рынке потребительского кредитования помимо эмитента являются ЗАО «Банк Русский Стандарт», «Росбанк» (ООО), Райффайзенбанк Австрия, Сбербанк России. На первую десятку лидеров приходится около 20% рынка

Банк России прогнозирует, что в ближайшие 3 года реальные темпы прироста основных показателей банковского сектора (активов, капитала, кредитов и депозитов) будут опережать темпы прироста ВВП. Не взирая на этот прогноз, автокредитование сохраняет высокие темпы роста. Рынок автомобилей за 2008 г. вырос на 28%. Рынок автокредитования растет вместе с показателями продаж автомобилей. В 2008 г. объем выданных автокредитов достиг 183,8 млрд. руб.

Среди перспектив развития ООО «Хоум Кредит энд финанс банк» с учетом мирового финансового кризиса следует выделить следующие.

Прежде всего Банк планирует предоставлять нецелевые кредиты на более крупные суммы уже весной этого года. Банк «Хоум Кредит» предоставит своим потенциальным клиентам возможность оформить кредит наличными на сумму до 500 000 рублей.

Также Банк планирует развивать кредитные продукты на специальных условиях, предназначенные для льготных групп людей – врачей, учителей, – уже предоставляемые Банком в настоящий момент. Продолжается развитие ипотеки, автокредитования и POS-кредитов.

Банк продолжает развивать культуру обслуживания клиентов. В этом году клиенты смогут подавать заявки на получение кредита дистанционно, посредством Интернета или телефона. Этим планы Банка не ограничиваются – появление новых интересных продуктов (по кредитным картам) станет приятным сюрпризом для наших заемщиков.

В этом году Банк также планирует привлекать срочные вклады в иностранной валюте, а также существенно увеличить количество офисов, в которых можно будет оформить срочные вклады. Кроме того, периодически будут вводиться различные сезонные и специальные вклады с более привлекательными условиями. Рынок продолжит двигаться в направлении упрощения условий кредитования и ориентированности на клиентов с различными потребностями, а значит, станет более сегментированным. Банк в свою очередь продолжит «обучение» своих клиентов принципам работы с кредитными продуктами, специфическим банковским терминам и понятиям. В основе работы – принцип ответственного кредитования: построение открытых и доверительных отношений с клиентом, который, имея четкую и полную информацию о кредитном продукте, будет чувствовать удобство от простоты пользования им.

Кроме того, Банк регулярно проводит исследования с целью оценить различные показатели – например, уровень удовлетворенности своих клиентов. Так, например, в феврале 2009 года были опубликованы результаты исследования уровня удовлетворенности своих клиентов в сегментах кредитования наличными и кредитных карт.

В целом было выявлено, что общий уровень удовлетворенности клиентов Банка в сегментах кредитов наличными и кредитных карт стремится к европейским нормам. Например, исследование по кредитам наличными выявило долю так называемых «Апостолов», клиентов с высокой степенью лояльности к Банку. Доля таких людей среди клиентов Банка составила 38%, что уступает среднему европейскому показателю всего на 4%! Стоит отметить, что 2/3 наших клиентов – 67% потребителей – предпочли бы Банк «Хоум Кредит» всем другим банкам в случае возникновения необходимости в кредите наличными. Около 49% клиентов в сегменте кредитования наличными и 40% наших карточных клиентов настоятельно рекомендуют Банк своим родственникам, друзьям и знакомым.

Что касается ипотеки, программа ипотечного кредитования Банка «Хоум Кредит» учитывает все тенденции развития ипотечных продуктов. Уже сейчас предлагается кредит без первоначального взноса, учет дохода до 4 созаемщиков, возможность устного подтверждения дохода, кредитование строящихся объектов недвижимости. Уникальным продуктом является «Ипотечный Ломбард» – для получения кредита не нужно подтверждения о доходе, только паспорт и документ, подтверждающий собственность на недвижимость, при этом максимальный срок кредита – 25 лет.

Таким образом, ипотечные программы уже доступны для заемщиков и кардинальных изменений пока не планируется.

Кроме того, одним из основных направлений совершенствования потребительского кредитования следует отнести работу с револьверными картами. К достоинствам револьверных карт ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» можно отнести:

1) По сравнению с другими кредитными продуктами:

- С кредитом, оформленным в машине на определенный товар:

а) возможность использовать деньги (в пределах установленного лимита) для приобретения любого товара, услуги (не связано с конкретным видом товара, как при оформлении кредита в магазине);

б) процентная ставка по кредиту по карте ООО «ХКФ Банк» - 19% годовых (в то время как по кредиту, оформленному в магазине на определенный товар, например, по кредитному продукту банка «СтандартныЙ+» она составляет 28,5% годовых);

в) получение наличных денег в любом банкомате;

г) при использовании карты не надо предоставлять банку информацию о себе, своих доходах, приносить документы и ожидать решения о предоставлении кредита. Клиент просто выбирает товар и сразу проходит к кассе для того, чтобы расплатиться денежными средствами на карте;

д) Клиент сам выбирает удобный размер ежемесячного платежа с условием, что при наличии задолженности он будет ежемесячно оплачивать сумму в размере, не менее минимального платежа, и не позднее рекомендуемого срока оплаты - 20-е число каждого месяца.

- По сравнении» с кредитами наличными:

а) наличные с карты можно получить в любое время;

б) по мере погашения задолженности лимит овердрафта восстанавливается, то есть деньгами на карте можно пользоваться снова;

в) через банкоматы с карты деньги можно получать за несколько минут. Не нужно оформлять бумаги, ждать одобрения банка и получения денег.

2) Беспроцентный период кредитования (только дли тех клиентов ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» у которых есть возможность воспользоваться акцией «Беспроцентный период») Сейчас действует специальная акция; чтобы не платить ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» проценты по кредиту, например, целый месяц (30 дней), нужно просто активировать карту сейчас и на следующий сделать покупку по карте или получить наличные (только для тех клиентов, у которых есть возможность сгенерировать ПИН-код по телефону через систему IVR) после ее активации.

Чем раньше после активации начать пользоваться картой, тем длиннее будет беспроцентный период. Главное - успеть воспользоваться картой в течение недели с момента активации, иначе беспроцентный период будет недоступен. Если начать пользоваться картой на 6 день после активации, то беспроцентный период продлится 26 дней.

3) Бесплатное получение наличных в любом банкомате.

В случае если сумма полученных в банкомате за 1 раз средств более или равна 5 000 рублей, комиссия за получение наличных не взимается. При получении меньших сумм, комиссия всегда одна и та же - 144 руб.

4) Нет никаких дополнительных комиссий, если на конец месяца сумма задолженности - менее 1500 руб.

Это удобно, если, например, в магазине не хватает денег на покупку. Можно воспользоваться картой, а, например, со следующей зарплаты погасить долг полностью. Главное - успеть погасить весь долг до конца месяца, следующего за месяцем совершения покупки.

При использовании карты заемщик всегда знает, сколько денег нужно платить ежемесячно. Размер минимального платежа фиксирован. Удобно планировать личные расходы и семейный бюджет.

5) Можно погашать кредит не минимальными платежами, а большими суммами. Сумму платежа по кредиту можно определить самому (только не меньше минимального платежа). Чем большие суммы вносит заемщик, тем быстрее погашается задолженность, а значит, происходит экономия на процентах и комиссиях. Можно погасить кредит одним платежом сразу - никаких штрафов или комиссий за досрочное погашение нет.

По мере погашения долга по Карте, размер лимита восстанавливается. Деньгами можно пользоваться снова.

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» начал распространение револьверных кредитных карт по совместной программе с Cirrus/Maestro в конце 2006 г. К началу 2007 г. банк осуществил выпуск свыше 100 тыс. карт, лимит по которым варьируется в пределах 10—30 тыс. руб. К концу 2007 г. банк планирует выпустить 1,5 млн кредитных карт.

Выход на рынок кредитных карт — естественное развитие для компании, занимающейся потребительским кредитованием, как показал опыт Русского Стандарта. Русский Стандарт дебютировал на рынке кредитных карт более 2 лет назад, и за этот срок задолженность по кредитным картам, эмитированным банком, достигла 14 млрд руб., доказывая привлекательность этого продукта для других игроков индустрии потребительского кредитования. Доля ХКФБ на этом рынке пока не значительна, однако менеджмент ожидает резкой активизации клиентов, уже получивших кредитные карты, но пока не активировавших их, в 4-ом кв. 2007 г.

ХКФБ имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными банками для обеспечения быстрого роста на рынке кредитных карт (т.е. классического потребительского кредитования). Можно выделить несколько таких факторов:

- канал дистрибуции карт — прямая почтовая рассылка, один из самых дешевых способов маркетинга;

- кредитные карты распространяются только среди лиц, имеющих положительную кредитную историю. Таким образом, банк значительно уменьшает потенциальные кредитные потери, предлагая свой продукт только заемщикам с хорошей репутацией.

ООО «ХКФ Банк» имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными банками для обеспечения быстрого роста на рынке кредитных карт (т.е. классического потребительского кредитования):

- канал дистрибуции карт — прямая почтовая рассылка, один из самых дешевых способов маркетинга;

- кредитные карты распространяются только среди лиц, имеющих положительную кредитную историю. Таким образом, банк значительно уменьшает потенциальные кредитные потери, предлагая свой продукт только заемщикам с хорошей репутацией.

ООО «ХКФ Банк» для дальнейшего развития необходимо направить внимание на такие виды кредитования как автокредитование и ипотечное кредитование, что связано с высокими темпами роста этих видов кредита.

Стратегической целью для ООО «ХКФ Банк» является сохранение и укрепление лидирующих позиций на рынке банковской розницы за счет диверсификации продуктовой линейки и активного развития розничного направления бизнеса на территории России. Банку «Хоум Кредит» необходимо:

- расширять и постоянно совершенствовать спектр предлагаемых клиентам продуктов и услуг, которые бы отвечали рыночным тенденциям;

- расширять и диверсифицировать каналы дистрибуции кредитных продуктов и банковских услуг через собственную и партнерскую сети, поддерживать долгосрочные отношения с партнерами Банка;

- непрерывно совершенствовать системы риск-менеджмента;

- модифицировать и совершенствовать методы работы с просроченной задолженностью для повышения качества кредитного портфеля;

- повышать операционную эффективность;

- снижать операционные расходы;

- развивать маркетинговую деятельность, повышать узнаваемость и доступность бренда Банка для различных целевых аудиторий на всех сегментах рынка, на которых представлен Банк;

- постоянно совершенствовать эффективность функционирования и управления;

- повышать инвестиционную привлекательность компании;

- привлекать к работе высокопрофессиональных специалистов для успешной реализации стратегии Банка.

Доходы от операций по кредитованию физических лиц Банк «Хоум Кредит» расценивает как источник будущих доходов банка.

**Заключение**

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Приоритетными направлениями деятельности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» является предоставление кредитов и финансовых услуг физическим лицам в сегменте банковской розницы: на покупку потребительских товаров непосредственно в местах продаж, а также предоставление кредитов на основе пластиковых карт и кредитов наличными через сеть собственных офисов, а также через партнерскую сеть.

Банк оперативно реагирует на изменения, которые происходят на российском рынке банковских услуг, предлагая клиентам и партнерам оптимальные условия кредитования и сотрудничества. Среди основных факторов, оказавших значительное влияние на результаты финансово-хозяйственной деятельности Банка, можно выделить такие факторы, как существенный рост рынка потребительского кредитования в РФ за счет предложения новых услуг, продуктов и повышения доверия к банкам. Также к данным факторам можно отнести увеличение денежных доходов населения и благоприятным финансово - экономическим состоянием страны в целом.

В целом, стратегия деятельности Банка направлена на достижение оптимального соотношения между ликвидностью, доходностью и рисками. В своей деятельности Банк придерживается соблюдения всех пруденциальных норм, установленных Банком России Активными игроками на рынке потребительского кредитования помимо эмитента являются ЗАО «Банк Русский Стандарт», «Росбанк» (ООО), Райффайзенбанк Австрия, Сбербанк России. На первую десятку лидеров приходится около 20% рынка. Анализируя кредитный портфель банков конкурентов в сфере потребительского кредитования, отметим, что банк «Русский стандарт» имеет кредитный портфель, превышающий в три раза кредитный портфель банка «Хоум кредит».

ООО «ХКФ Банк» имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными банками для обеспечения быстрого роста на рынке кредитных карт (т.е. классического потребительского кредитования):

- канал дистрибуции карт — прямая почтовая рассылка, один из самых дешевых способов маркетинга;

- кредитные карты распространяются только среди лиц, имеющих положительную кредитную историю. Таким образом, банк значительно уменьшает потенциальные кредитные потери, предлагая свой продукт только заемщикам с хорошей репутацией.

ООО «ХКФ Банк» для дальнейшего развития необходимо направить внимание на такие виды кредитования как автокредитование и ипотечное кредитование, что связано с высокими темпами роста этих видов кредита.

С целью поддержания устойчивого положения и динамичного развития на рынке депозитных услуг в ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» целесообразно создать систему страхования депозитов. В рамках реализации этого мероприятия предлагается также увеличить процентную ставку по депозитам для физических лиц в среднем на 1% по всем видам вкладов. На данный момент процентная ставка варьируется в пределах 1,25-11,5% годовых в зависимости от суммы и срока депозита. Данное увеличение хотя бы на 1% позволит увеличить средства вкладчиков на 2802268 тыс. руб., что повысит прибыль ООО «ХКФ Банк» на 41534 тыс. руб. Соответственно вырастет и сумма средств возможных для предоставления в кредит клиентам банка. Таким образом, при увеличении доли краткосрочных кредитов (на 22 млн. руб.) при средней процентной ставке по предлагаемым тарифам 19%, общая сумма доходности банка увеличится на 4180 тыс. руб.

ООО «ХКФ Банк» необходимо усилить работу с корпоративными клиентами. Для улучшения ситуации необходимо пересмотреть перечень услуг, предоставляемых организациям – например помимо выдачи зарплатных карт работникам обслуживаемой организации сразу предлагать открывать депозитные вклады для работников, тем более что необходимая информация предоставляется при открытии зарплатных счетов, т.е. процесс открытия счета минимально прост и не требует дополнительных расходов как со стороны ООО«ХКФ Банк», так и со стороны предприятия. Для организации-клиента это предложение выгодно и возможно поскольку:

- предприятие получает возможность предоставлять работникам дополнительные социальные бонусы, перечисляя определенный размер от премий, вознаграждений, «13-ой зарплаты» и пр. на депозитные счета работников, не создавая собственный премиальный фонд;

- у работников предприятия есть возможность получить дополнительные пенсионные доплаты при условии вложения средств аналогично накопительной части страховых пенсионных взносов. Для этого необходимо предусмотреть возможность размещения этих средств (по желанию работников) на Пенсионный пополняемый депозит Сбербанка России;

- ООО«Хоум Кредит энд Финанс банк» получает возможность привлечения дополнительных средств, по аналогии с предыдущим предложением и с учетом охвата только 60% от возможной корпоративной клиентуры, при условии ее 100% охвата, а это возможно при реализации данного предложения, доходность банка увеличится на 146960 тыс. руб.

Перспективы развития потребительского кредитования в России довольно неоднозначны, с одной стороны он является наиболее удобной формой кредитования населения для приобретения товаров и услуг, однако в настоящий момент существуют достаточно весомые сдерживающие факторы, которые замедляют рост сегмента и даже могут вызвать общий кризис банковской системы за счет роста невозвращенных кредитов.

Для развития кредитных операций с розничными клиентами необходимо развивать кредитование малого и среднего бизнеса. Потребительское кредитование должно стимулировать развитие малого бизнеса, т.к. развитие малого и среднего производства создаст благоприятные условия для оздоровления национальной экономики, т.к. будет развиваться конкурентная среда, будут создаваться дополнительные рабочие места, расширятся потребительский

**Список литературы**

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации: офиц. текст. - М.: ИС «Кодекс», 2005. - 39 с.
2. –Гражданский кодекс Российской Федерации (Ч. 1) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ с изм. 13.05.2008 г. // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». - посл. обн. 13.05.2008.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (Ч. 2) от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ с изм. 06.12.2007 г. // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». - посл. обн. 06.12.2007.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (Ч. 3) от 26.11.2001 г. № 146-ФЗ с изм. 29.04.2008 г. // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – посл. обн. 29.04.2008.
5. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г. № 395-1 (с изменениями от 29.12.2006 г.).- Правовая Система Гарант, 2007 г.
6. ФЗ «О центральном банке» от 10.07 02 (с изменениями от 29.12.06) - Правовая Система Гарант, 2007 г.
7. ФЗ «О защите прав потребителей» от 17.12.1999 212-ФЗ
8. ФЗ «О кредитных историях», от 30.12.2004 №218-ФЗ.
9. Агарков, М.М. Основы банковского права. Учение о ценных бумагах – М.: Юристъ, 2002. – 654 с.
10. Ананьев Д.Н. Банковский сектор России. Итоги и перспективы развития // «Деньги и кредит». – 2009. - №3. – с. 3-9
11. Афанасьева О.Н. О современной системе краткосрочного банковского кредитования // Бизнес и Банки. – 2007. - № 34. – с.1-13.
12. Банки и небанковские кредитные организации и их операции: учеб. – М.: Вузовский учебник. – 2009. – 528 с.
13. Банки и банковское дело/под ред. И.Т.Балабанова. – СПб.: Питер, 2006. – 304 с.
14. Банки, финансы, кредит: Учеб./под ред. Соколовой О.В. – М.: Юристъ, 2007. – 784 с.
15. Банковское дело/Книги и статьи (под ред. Проф.Лаврушина О.И.).М.: «Финансы и Статистика», 2008. – с. 392
16. Банковское дело: Учеб./под ред. О.И.Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 672 с.
17. Брагинский, М.И. К вопросу о соотношении вещных и обязательственных правоотношений: сборник /Отв. ред. А.Л. Маковский. - М.: Изд-во БЕК, 2007. – 420 с.
18. Виноградова Т.Н. Банковские операции: Учеб. пос.. – РнД.: «Феникс», 2008. – 384 с.
19. Деньги. Кредит. Банки: учеб./под ред. Е.Ф.Жукова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2005 – 600 с.
20. **Епишенков, С.В.. Заем и кредит как самостоятельные институты гражданского права России // «Банкир» - 2007. - №1. – С. 5-10**
21. Жарковская Е.П. Банковское дело: Учеб. – М.: Омега-Л, 2008. – 440 с.
22. Жуков, А.И. Экономические и правовые проблемы использования кредита// «Бизнес и банки» **- 2008. - №4. – С. 5-10**
23. Иванова C., Банки опережают развитие народного хозяйства // Банковское обозрение. – М., Региональный обзор, 2009. - №1. – с. 14-16.
24. Ильясов С.М. Методологические аспекты формирования кредитной политики банка // Деньги и кредит – 2009 - №6 – с. 23-25
25. Касьянова, Г.Ю. Коммерческий кредит // «Российский налоговый курьер» **- 2005. - №8. – С. 36-42**
26. Козлов С.А., Реальная стоимость потребительского кредитов // Кредит - М., ЕКСПО, 2005. – с. 108
27. Компанеец, Е.С. Применение законодательства о кредитовании и расчетах. - М.: Изд-во БЕК, 2007. – 320с.
28. Кочергин Д.А. Системы электронных денег: классификация и характеристика элементов // Банковское дело **- 2006. - №7. – С. 29-33**
29. Крупнов Ю.С. Банковский потребительский кредит в России. // Бизнес и Банки. – 2007.- № 42-43. – с.5-8.
30. Крупнов Ю.С. О природе банковского потребительского кредита. // Бизнес и Банки. – 2007. - № 8. – с.1-3.
31. Крутова И.Н. Кризис и банковское проектное финансирование // Банковское дело – 2009 - №6 – с. 52-58
32. Лаврушин О.И., Организация и планирование кредита, - М., «Финансы и Статистика», 2007. – с. 321
33. Лепетиков Д.В., Банковская система в 2006 г.: рост кредитования на фоне кризиса // Центр развития. – М., 2006. – с. 287
34. Миловидов В.Д. Современное банковское дело. Опыт США. - М.: Приор, 2007. – с. 180
35. Миллер Р.Л. Современные деньги и банковское дело. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 856 с.
36. Москвин В. А. Виды обеспечения при долгосрочном кредитовании предприятий // Банковское дело, 2006, №7, С. 19
37. Общая теория денег и кредита: учеб./под ред. акад. РАН Е.Ф.Жукова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 423 с.
38. Орлова Е.В. Коммерческий кредит // «Российский налоговый курьер» **- 2006. - №16. – С. 17-20**
39. Перекрестова Л.В. Финансы и кредит: Учеб. пос. – М.: изд. центр «Академия», 2004. – 288 с.
40. Пещанская И.В. Краткосрочный кредит: теория и практика. – М.: изд-во «Экзамен», 2008. – 320 с.
41. Попков В. В. К вопросу о конкуренции в банковской сфере // Банковское дело, 2006, №2, С. 14.
42. Романова Т.К. кредитный рынок как фактор регионального развития // Деньги и кредит – 2009 - №1 – с. 60-64
43. Татаринова Л.Ю. Банковские риски // Финансы и кредит. – 2009. - №8. – с. 47-53
44. Тедеев, А.А. Финансовое право: учеб. – М.: Изд-во «Эксмо», 2006. – 480 с.
45. Типенко Н. Г., Соловьев Ю. П., Панич В. Б. Оценка лимитов риска при кредитовании // Банковское дело, 2006, №10, С. 19.
46. Финансы, деньги, кредит: Учеб./под ред. Соколовой О.В. – М.: Юристъ, 2006. – 784 с.;
47. Финансы, налоги, кредит: Учеб./под ред. Емельянова А.М. – М.: РАГС, 2005. – 546 с.
48. Хорошев С.С. Реакция на кризис // Банковское дело. – 2008 - №10 – с. 13
49. Четыркин Е.М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. – М.: «Дело», 2006. – 320 с.
50. Яни, П.С. Незаконное получение кредита // «Законодательство». **- 2007. - №5. – С. 17-18**
51. http://www.CBRF.ru
52. http://www.raexpert.ru
53. http://www. home credit.ru