СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 **Мировой опыт предоставления банковских услуг**

1.1 Банковская услуга, её свойства и сущность

1.2 Основные банковские услуги

1.3 Нетрадиционные банковские услуги

ГЛАВА 2 **Анализ предоставления банковских услуг за период с 2008 по 2010 года**

2.1 Влияние мирового финансово-экономического кризиса на сферу предоставления банковских услуг

2.2 Анализ услуг, предоставляемых ОАО «МДМ-Банк»

ГЛАВА 3 **Проблемы и перспективы развития банковских услуг в России**

3.1 Проблемы предоставления банковских услуг

3.2 Возможные пути решения проблем

3.3 Развитие новых банковских услуг

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ А **Финансовый результат деятельности действующих кредитных организаций (КО)**

ВВЕДЕНИЕ

В национальной экономике банковская система является важнейшим институтом, обеспечивающим общую экономическую стабильность и безопасность ее развития. Мировой опыт свидетельствует, что полноценное развитие банковской инфраструктуры дает решающий импульс росту национальной экономики. Через банковские системы образуются крупнейшие инвестиционные ресурсы и государства заинтересованы в их направлении на нужды национальной экономики.

Вместе с тем банковская система является глобальным финансовым институтом, неизбежно требующим интеграции национальных рынков в мировую финансовую систему. Наиболее часто такая интеграция реализуется за счет открытия на территории другого государства банковских подразделений (дочерних банков или их филиалов).

Формирование банковского сектора, обеспечивающего предоставление экономике базового комплекса услуг и выступающего главным элементом финансового посредничества в процессе рыночных преобразований, стало определяющим направлением. Широкие функциональные возможности банков определяют их высокую значимость в обеспечении финансовой стабильности и перспектив развития российской экономики.

В результате потрясших мировое сообщество финансово-экономических кризисов 1998 и 2008 годов банковские системы многих стран претерпели существенные изменения. К нашему великому сожалению, не обошла эта беда и российскую экономику, и как неотъемлемую ее часть – банковский сектор, а в частности сферу оказания банковских услуг. Вероятные причины и наступившие последствия финансовых коллапсов будут рассмотрены в последующих разделах работы.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что на современном этапе нестабильное макроэкономическое состояние требует принятия принципиально новых решений, которые позволят обеспечить поступательное развитие банковской сферы экономики за счет повышения конкурентоспособности кредитных организаций, модернизации банковского регулирования и надзора со стороны государства, стимулирования доверия и привлечения новых клиентов банков.

В настоящее время сфера оказания банковских услуг предлагает широкий выбор услуг, как для физических, так и для юридических лиц.

Исходя из этого, целью данной дипломной работы является исследование в теоретическом и практическом плане характеристик и качества основных услуг, предоставляемых коммерческими банками своим клиентам, а такжероль банковских услуг в обеспечении финансовой стабильности и перспектив развития российской экономики.

Для реализации цели были поставлены следующие задачи, определившие логику исследования и структуру работы:

* рассмотрение теоретических основ банковских услуг;
* анализ услуг присущих всему банковскому сектору России;
* анализ влияния последствий мирового финансового кризиса на сферу банковских услуг;
* анализ банковских услуг, предоставляемым юридическим и физическим лицам ОАО «МДМ-Банк»;
* исследование проблем предоставления банковских услуг и возможные пути их решения на современном этапе.

В качестве предмета исследования выступают законодательные и нормативные акты Российской Федерации, регулирующие банковскую деятельность, данные бюллетеня банковской статистики, данные российской монографической литературы, публикации в периодической печати.

Объектом исследования будем считать сферу оказания банковских услуг как отечественную, так и зарубежных стран.

В работе применены следующие методы исследования: сбор и анализ эмпирических фактов, методы анализа и синтеза, графоаналитический метод, системный подход к объекту исследования.

Базой для рассмотрения теоретических аспектов предоставления банковских услуг, а также различных взглядов на свойства и сущность услуг коммерческих банков явились труды О.И. Лаврушина, Мехрякова В.Д., Калинина Е.В. и других.

ГЛАВА 1 **Мировой опыт предоставления банковских услуг**

1.1 Банковская услуга, её свойства и сущность

Для того чтобы определить сущность банковской услуги, нужно понять, что же такое услуга вообще, для этого дадим ряд определений:

Услуга – это итоговый результат взаимного сотрудничества клиента и «услугодателя» по удовлетворению потребности клиента.

Предоставление услуги – это деятельность поставщика, необходимая для обеспечения услуги.

Характеристики услуг подразделяются на два вида: характеристики процесса предоставления услуги и характеристики самой услуги. Оба вида должны обладать способностью оцениваться. Оценка возможна количественная (измеряемая) и качественная (сопоставимая). Характеристики процесса предоставления услуги в основном не определяются потребителем, они служат для обоснования и доказательства того, что характеристики самой услуги будут обеспечены на заявленном уровне.

В работах отечественных ученых встречаются различные определения банковских услуг. О.И. Лаврушин определяет банковскую услугу как одну или несколько операций банка, удовлетворяющих определенные потребности клиента, и проведение банковских операций по поручению клиента в пользу последнего за определенную плату [47, с. 115]. По мнению Ю.В. Головина, «банковская услуга – это совокупность операций, представляющая законченный комплекс услуг, удовлетворяющих какую-либо потребность клиента» [13, с. 100]. В целом определение банковских услуг отечественными учеными сводится к банковским операциям, которые банки выполняют по поручению клиентов. В свою очередь, А.Ю. Викулин на основе действующего законодательства определяет банковские операции как систематично проводимые сделки, совершаемые банками в силу законодательно закрепленной правоспособности, объектами которых выступают деньги, ценные бумаги, драгоценные металлы, драгоценные природные камни [8, с. 56]. Наравне с понятиями банковской услуги и банковской операции в отечественной экономической литературе встречается понятие банковского продукта. О.И. Лаврушин относит к банковскому продукту предоставление банковского кредита, особенность которого заключается в том, что он предоставляется не как некая сумма денег, а как капитал. Данное определение основано на понятии банка как специфического предприятия, производящего товар особого рода в виде денег, платежных средств [13, с. 95].

Продиктованная современными экономическими условиями необходимость создания эффективно функционирующей системы контроля качества банковских услуг, логически обуславливает необходимость развития и внедрения в практику банковского дела самых современных форм услуг и способов их продвижения.

Несомненно, клиенту важно такое свойство как качество банковской услуги, которое можно определить как средство дифференциации клиентской базы, средство привлечения клиента, средство удержания клиента, средство воспитания клиента, средство воспитания. В зависимости от качества банковской услуги ее стоимость может существенно меняться, как в меньшую, так и в большую сторону. В этом смысле для клиента важно, что банковская услуга обладает нужными для него характеристиками и сможет в конечном итоге удовлетворить его потребности. Объектом потребления могут быть банковские услуги – различные по порядку использования, условиям предоставления и назначению. Одна и та же банковская услуга одновременно может обладать множеством различных качеств и быть пригодной для различных вариантов использования, так, например, банковский кредит обладает такими свойствами, как платность, срочность, возвратность и так далее, а способов использования банковского кредита настолько много, что подсчитать их вряд ли удастся. В свою очередь, совокупность свойств, присущих отдельной банковской услуге, выделяет ее из множества аналогичных банковских услуг, и поэтому качество банковской услуги – характеристика ее способностей удовлетворять ту или иную потребность, а сама банковская услуга представляет собой ни что иное, как совокупность полезных свойств. Эта совокупность делает банковскую услугу товаром.

Для банка же важна конкурентоспособность банковской услуги, которая в отличие от качества, определяется комплекс потребительских и стоимостных характеристик банковской услуги, определяющих ее успех на рынке, то есть преимущество именно этой банковской услуги над другими в условиях широкого предложения конкурирующих банковских услуг-аналогов*.* Кроме того, банковская услуга с более высоким уровнем качества может быть менее конкурентоспособной, если значительно повысить ее стоимость за счет придания ей новых свойств, не представляющих существенного интереса для основной группы ее клиентов.

Большое значение для конкурентоспособности и качества банковской услуги имеют стабильность и известность банка, который ее предоставляет. Банковская услуга не будет конкурентоспособна, если банк малоизвестен и не имеет хорошей репутации. Если банк не является стабильным, то качество его услуг снижается, поскольку банковская услуга не может удовлетворить потребность клиента в надежности.

Любая банковская услуга, находящаяся на рынке, фактически проходит там своеобразный тест на уровень удовлетворения клиентских потребностей: клиент покупает ту банковскую услугу, которая максимальным образом удовлетворяет его индивидуальные потребности, а вся совокупность клиентов выбирает ту, которая в большей степени соответствует потребностям данной совокупности, нежели конкурирующие с ней банковские услуги. Поэтому конкурентоспособность банковской услуги можно определить только сравнивая услуги конкурирующих между собой банков. Иными словами, конкурентоспособность – понятие относительное, четко привязанное к конкретному рынку и времени продажи. И поскольку у каждого клиента имеется свой индивидуальный критерий оценки удовлетворения собственных потребностей, конкурентоспособность приобретает еще и индивидуальный оттенок.

В целях получения максимального результата банкам следует использовать маркетинговый подход к реализации своих услуг. При организации маркетинговой деятельности необходимо учитывать специфические характеристики, присущие банковскому продукту и услуге, такие как:

- непостоянство качества услуг и неотделимость услуг от квалификации людей, их представляющих;

- несохраняемость услуг;

- неосязаемость услуг, их абстрактный характер.

Неосязаемость услугозначает невозможность материального их ощущения, увидеть и оценить их до момента получения результатов их предоставления. Главной и ключевой характеристикой банковской услуги является ее эффективность, иными словами, конкретная выгода и польза, получаемые потребителем от банковской услуги [4, с. 238].

На этапе продвижения и сбыта банковской продукции (услуг) используются такие способы стимулирования и рекламы, которые повышают степень привлекательности банковских услуг, получение взаимной выгоды при оказании банковских услуг; привлечение к рекламе организаций, имеющих солидный статус (известные западные фирмы, правительственные структуры, уполномоченный банк, первичный дилер на рынке ГКО/ОФЗ и т.п.)

Непостоянство качества и неотделимость услуг от квалификации людейтребует постоянного обучения персонала. Служащие банка должны иметь опыт работы не только с основными видами банковских операций, но и хорошо знать психологию взаимоотношений людей. Важное значение имеют интерьер банка, освещение, офисная мебель и стиль, цветы и другие внешние элементы, создающие визуальный эффект качества предлагаемых услуг.

Несохраняемость услуг предполагает наличие действующего механизма баланса спроса и предложения. Услуги не хранятся как товары на полках магазина, поэтому необходимо проводить маркетинговые исследования в периоды возрастания спроса, важно заранее планировать мероприятия банка по предотвращению очередей; увеличивать штат сотрудников за счет привлечения дополнительных работников из других структурных подразделений банка; изменять график работы отделов банка, скрашивать ожидание дополнительными услугами и т.д. Банковский продукт имеет ряд отличительных особенностей.

Во-первых, оказание банковских услуг связано с использованием денег в различных формах (наличные, безналичные деньги и расчеты).

Во-вторых, нематериальные банковские услуги приобретают зримые черты посредством имущественных договорных отношений.

В-третьих, большинство банковских услуг имеет протяженность во времени: сделка, как правило, не ограничивается однократным актом, устанавливаются более или менее продолжительные связи клиента с банком. Отмеченные особенности банковского продукта оказывают влияние на маркетинг в банке. В банковском продукте выделяют три уровня (по аналогии с товарами):

- основной продукт (услуга);

- реальный продукт;

- расширенный продукт.

Первый уровень основной продукт, или базовая номенклатура услуг: услуги по вложению капитала и расчетам, кредитование, операции с валютой и т. п.

Второй уровень реальный продукт или текущая номенклатура услуг. Она постоянно меняется и развивается, не затрагивая основных направлений деятельности банка. Целью реального продукта является побуждение клиента к приобретению наибольшего количества услуг, перевод случайного клиента в статус постоянного. Сюда относятся: подготовка документов, платежные услуги, контроль, бухгалтерское и аудиторское обслуживание, ведение реестра акционеров и другие операции с ценными бумагами, советы по налогообложению, инвестиционный консалтинг, доверительные операции и т.д. Можно к банковским услугам добавить совмещение потребительского кредита со страхованием жизни.

Третий уровень расширенный банковский продукт. Услуги этого уровня формируют доверительные и дружеские отношения с клиентом, оказание всесторонней помощи: обслуживание зарубежных связей, по мощь в творческой идее в области финансов, менеджмента, использование связей и контактов, финансовых выгод, дружеские связи, наконец, личные советы банкира, неформальное общение. Банк может содействовать росту капитала предприятия-клиента, слиянию, участвовать в капитале.

Услуги второго и третьего уровня относительно условны, поэтому чаще встречается двухуровневая трактовка банковского продукта ядра и периферии услуг.

Решение о базовой номенклатуре (перечне) банковских услуг принимается на этапе создания банка (универсальный или специализированный), определении его миссии. Перечень базовых услуг, предлагаемых российскими кредитными организациями, в основном одинаков, поэтому для привлечения большего количества клиентов и формирования общественного мнения и статуса банка используются дополнительные услуги [9, с. 52].

Проводимые многими банками маркетинговые и рекламные кампании зачастую не приводят к реальному продвижению и развитию услуг, так как носят бессистемный характер. Одной из причин возникновения этой проблемы является и то, что многие банки не корректируют свою деятельность в соответствии с постоянными изменениями внешней среды, своего положения на рынке и финансового состояния. Поэтому часто можно наблюдать ситуацию, когда находящийся в критическом положении банк продолжает усиленно публиковать рекламу или оказывать уже не приносящие ему дохода услуги.

Другой отрицательной практикой является несогласованность действий при развитии и продвижении услуг. Для преодоления этого в банках иногда маркетинговые работы координируют специализированные подразделения- службы по продвижению услуг. Но если крупный банк может себе позволить содержать такие подразделения и привлекать в них высокооплачиваемых специалистов, то средние и небольшие банки этого себе позволить не могут.

Рассмотрим основные составляющие маркетинговой программы банка. Развитие и продвижение банковских услуг, осуществляется по нескольким направлениям. Их можно условно разделить на три группы. Первая – развитие текущих услуг, вторая – развитие новых услуг, третья – продвижение услуг.

Для развития текущих услуг банком осуществляются следующие мероприятия: оперативное управление и улучшение качества услуг банка; анализ конкурентоспособности предлагаемых банком услуг – проводится с целью постоянного оперативного отслеживания конкурентоспособности банковских услуг. Отслеживание осуществляется путем опросов клиентов, их анкетирования, личных бесед и переговоров, путем оценки предложений других банков, технологий их работы, путем анализа мнений специалистов и руководителей банка, а также внешних экспертов. На основании результатов такого анализа должны осуществляться постоянные корректировки процесса оказания услуг; документирование технологии предоставления банковских услуг – необходимо для осуществления контроля процесса предоставления услуг и управления их качеством. Данное описание необходимо при создании рекламных и информационных материалов для клиентов, а также для анализа их доходности в процессе финансового управления. При описании технологии предоставления банковских услуг проводится формализация бизнес-процесса предоставления услуги, указываются должностные лица, принимающие участие в этом процессе. На основании полученной информации определяется сотрудник банка, несущий ответственность за качественное и своевременное предоставление услуги (целиком или частично), продолжительности тех или иных этапов ее предоставления. При необходимости обращения в процессе предоставления услуги к регламентирующим документам и нормативно-правовым актам документация услуги обеспечивается такими материалами; выработка рекомендаций по изменению текущей технологии предоставления банковских услуг – на основании детального анализа технологии и схем предоставления услуг осуществляется работа по их оптимизации, которая должна быть направлена в первую очередь на снижение себестоимости услуг, упрощение технологии их предоставления, повышение качества и оперативности обслуживания клиентов; приведение услуг в соответствие с требованиями и пожеланиями клиента – на основании проведенных исследований мнений клиентов, сотрудников банка, а также анализа тенденций развития рынка определяется и реализуется комплекс мер по приведению услуг в соответствие с требованиями и пожеланиями, предъявляемыми клиентами к услугам и порядку их предоставления. Предварительно определяются совокупные затраты и примерные сроки реализации этих изменений, их экономическая эффективность. По мере реализации предложений клиентов до их сведения доводится информация об этом. Таким образом, работа банка согласуется с требованиями клиентов; определение потребностей клиентов в банковских услугах и разработка тарифной политики для различных групп клиентов – на основе данных оперативного отслеживания потребностей клиентов в тех или иных услугах, их конкурентоспособности, производится оценка реальной потребности клиентов в услугах и их способности оплачивать эти услуги. Эти данные используются при разработке и корректировке ценовой политики, которая должна дифференцироваться в зависимости от особенностей каждой группы клиентов таким образом, чтобы учесть различия в спектре используемых операций, оценке их стоимости.

Данное описание характеризует банковскую услугу как товар специфический. Более того, банковская услуга отличается от остальных услуг небанковского характера, так как ее целью и средством являются деньги. Банковская деятельность представляет собой процесс по созданию денежных ресурсов и распределению их между заемщиками. Таким образом, в процессе своей деятельности банки создают новые требования и обязательства, которые становятся товаром на денежном рынке. Так, принимая вклады клиентов, банк создает новое обязательство – депозит, а выдавая ссуду – новое требование к заемщику. Эти операции являются основными, но кроме них банк осуществляет операции по выпуску, покупке и продаже ценных бумаг, операции с иностранной валютой, с драгоценными металлами, трастовые операции и прочие.

Для доказательства специфичности банковской услуги рассмотрим только основные банковские услуги – депозитные и кредитные [6, с. 48].

Денежные ресурсы банка состоят из собственного капитала и привлеченных средств. Привлеченные средства являются основой денежных ресурсов и бывают недепозитные и депозитные. Недепозитные привлеченные средства банк получает в виде займов или продажи собственных долговых обязательств на денежном рынке. Депозитные средства – это деньги, внесенные в банк клиентами, частными лицами и компаниями, хранящиеся на их счетах и используемые в соответствии с режимом счета и банковским законодательством.

Депозитные услуги, как правило, составляют основу банковской деятельности, так как без аккумулирования денежных средств, поступающих от клиентов, банк не может функционировать. Деньги клиентов образуют базис в совокупных ресурсах банков, так, например, в России доля привлечённых средств в коммерческих банках составляет около 90% от общего объёма денежных средств. Таким образом, можно сказать, что при открытии счета в банке или получении кредита клиент наращивает свой финансовый потенциал, либо за счет получения процентов по вкладу, либо получении наличных денег при оформлении кредита «здесь и сейчас». Банк же в свою очередь получает определенную сумму от клиента (при открытии депозита), либо в последующем получает проценты от выданного кредита.

Приведенные выше доводы характеризуют банковскую услугу и отличают ее от других видов банковских институтов.

Договорной характер банковского обслуживания. Оказание абсолютного большинства банковских услуг предполагает заключение между их производителем и потребителем гражданско-правовых договоров (хотя это может и не до конца осознаваться клиентом – как при помещении средств во вклад). Это создает дополнительные сложности (а иногда – психологический барьер) для клиентов.

Договорной характер обслуживания вызывает необходимость обстоятельного разъяснения клиенту содержания банковских услуг и договорных условий их оказания. Тем самым, маркетинговая деятельность банка приобретает своего рода «просветительский», образовательный характер.

Связь банковских услуг с деньгами. Оказание основных банковских услуг связано с использованием денег в различных формах и качествах (деньги предприятий, деньги коммерческих банков, деньги Центрального банка в форме наличности, бухгалтерских записей или платежно-расчетных документов). А ко всему, что связано с деньгами, люди относятся с особенным вниманием. Это ставит деятельность банка в зависимость от доверия клиентов и требует усилий, направленных на укрепление этого доверия.

Протяженность акта купли-продажи во времени, как и тесная связь с деньгами, придает особое значение доверительному характеру взаимоотношений банка и клиента. В самом деле, например, при открытии счета клиент доверяет банку свои деньги и вступает в сделку, течение которой для него изначально неконтролируемо [27, с. 64].

Вторичность удовлетворяемых потребностей. Как известно, финансовые потребности, удовлетворяемые банковскими услугами, являются вторичными, производными от первичных производственных и личных потребностей. Что это означает? Разумеется, потребности, удовлетворению которых могут способствовать банковские услуги, весьма многообразны. Это могут быть как производственные потребности (расширение производства на основе банковского кредита, обеспечение бесперебойного функционирования производства при помощи отлаженной системы расчетов с поставщиками и покупателями), так и личные (начиная от удовлетворения физиологических потребностей за счет доходов от активов, находящихся на депозитных счетах или в трастовом управлении банка, обеспечение безопасности денег и других ценностей посредством хранения их на вкладе или в банковском сейфе, и кончая удовлетворением потребности в общественном признании и приобретение социального статуса путем обслуживания в «престижном» банке, пользования «золотой» или «платиновой» кредитной карточкой и т.п.).

Однако все названные потребности не могут быть удовлетворены непосредственно банковскими услугами. Банковские услуги удовлетворяют не первичные производственные и личные потребности, а производные от них финансовые потребности. В результате банковские услуги проигрывают в привлекательности материальным благам и услугам, непосредственно удовлетворяющим нужды потребителей. Это осложняет задачу финансово-банковских институтов по продвижению своих продуктов на рынке в борьбе за деньги потребителей и требует дополнительных маркетинговых усилий.

Специфика предлагаемых банком услуги требует от потребителей довольно высокой экономической культуры, вызывает необходимость разъяснения содержания услуги клиенту, усиливает значение такого фактора, как доверие клиентов. Ведь клиент, как было сказано выше, доверяя банку свои деньги, вступает в сделку, течение которой он не может контролировать. Следовательно, неосязаемый характер банковской услуги как бы удваивается: это неосязаемые действия с неосязаемыми активами. Таким образом, сущность банковской услуги выражается в экономических отношениях, участниками которых являются банк и его клиент, посредством и по поводу движения денег, цель банковской услуги – удовлетворение финансовых потребностей и получение прибыли. Проявляется сущность банковской услуги через ее свойства.

Для расширения уже существующих рынков сбыта и завоевания новых банки совершенствуют предоставление имеющихся услуг и внедряют новые, согласовывая их с требованиями рынка и времени. Но для того, чтобы получить новых клиентов, банкам необходимо изучить потребительский спрос, проанализировать рынок конкурентов и составить план действий по продвижению своего товара – маркетинговую стратегию.

1.2 Основные банковские услуги

Банковские услуги, прежде всего можно подразделить на основные и прочие услуги. Основными видами услуг являются те услуги, от которых банк получает наибольшую прибыль. К основным видам услуг относятся:

- депозитные;

- кредитные;

- расчетные.

Депозитные услуги связаны с помещением денежных средств, клиентов в банк во вклады (депозиты). Исторически данной услуги предшествовала сохранная операция, когда люди помещали свои ценности на сохранение в банки, обеспечивающие надежность и безопасность сбережений. В последующем сохранность денежных средств стала перерастать в сохранность от обесценения. Люди стали помещать свои денежные ресурсы в банк не только как в наиболее удобное, безопасное место, но и в целях получения дохода, их сохранения от обесценения, инфляции. За помещение денег на депозит клиенты банка получают ссудный процент.

Депозит (вклад) – это денежная сумма или ценная бумага, вверяемые банку для хранения или использования. Отличительной чертой привлечения денежных средств физических и юридических лиц во вклады является то, что по денежным вкладам банк выплачивает процент, а по другим – взимает плату за хранение. В Российской практике «вклад» и «депозит» являются словами-синонимами. Депозиты подразделяются на вклады до востребования и срочные.

Вклад (депозит) до востребования – денежные средства, вносимые в банк на неопределенный срок. Клиент вправе распоряжаться ими (пополнять, изымать без предварительного уведомления) в любой момент. Этот вид вклада может быть открыт не только на определенное лицо, но и на предъявителя. Движение средств по этому вкладу может оформляться наличными деньгами, чеком, переводом, иными расчетными документами.

Срочный вклад (депозит) – денежные средства, помещаемые в банке на определенный срок и приносящий доход в виде фиксированного процента, обычно зависящего от срока, суммы вклада и выполнения вкладчиком условий договора. Чем дольше срок и (или) больше сумма вклада, тем больше размер вознаграждения. Действующая в РФ практика предусматривает оформление срочного вклада на разные сроки. Такая градация стимулирует вкладчиков к рациональной организации собственных средств, их помещению во вклады, а также создает банкам условия для управления активами и пассивами [26, с. 18].

Современный рынок депозитных операций включает огромное количество различных услуг как классических (описанных в этом параграфе), так и новых (обслуживание клиента в режиме «Он-лайн», магнитные карты и т.п.). Товаром в таком случае выступают привлеченные банком денежные средства, что доказывает специфичность банковской услуги. Возможность пользования привлеченными денежными средствами является для банка платой за предоставление данной услуги клиенту.

В борьбе за расширение рынка сбыта банки совершенствуют процесс открытия, ведения и закрытия счетов, сводя документарные оформления до минимума. Эта борьба оправдана, так как до 90% требуемых денежных ресурсов покрывается за счет привлеченных средств [26, с. 22]. Значит, банковские депозитные услуги являются первоочередным банковским товаром, так как без них банк не сможет осуществлять другие типы услуг. А это говорит о том, что к депозитным банковским услугам должно быть привлечено наибольшее внимание банковского маркетинга.

Кредитная услуга является основной для банка. Не случайно банк иногда называют крупным кредитным учреждением. И это действительно так: в общей сумме активов банка основной удельный вес составляют кредитные услуги. Чаще всего за счет кредитования клиентов банк получает и большую часть дохода. В современной структуре банковских услуг кредитная услуга не является основной. В силу экономического кризиса, инфляции и, следовательно, более высокого риска коммерческие банки предпочитают заниматься не столько кредитованием, сколько другими более доходными и менее рискованными операциями (например, валютными услугами).

Как известно, одной из основ формирования любого коммерческого банка является кредитование, т.к. данный вид услуг предоставляет банку наибольшую доходность. Суть кредитных услуг заключается в предоставлении банком клиенту денежных средств на возвратной основе, на определенные цели, на определенный срок и за плату. Кредитные услуги являются основным элементом активов банка, т.е. основным направлением размещения средств банка.

Российские коммерческие банки активно участвуют на кредитном рынке. Величина размещенных средств от своего имени превышает объявленный уставный фонд почти в 30 раз.

Кредит в банковской практике употребляется для характеристики услуги по продаже (предоставлению) денежных средств клиенту на оговоренных условиях, определенный срок и за плату (синоним – ссудные операции, кредитная сделка, ссуда).

В процессе кредитования используются различные формы кредита. В современных условиях на рынке реализуются следующие формы кредита: коммерческий, банковский, государственный, потребительский, ипотечный, межбанковский, межхозяйственный, международный и другие. Они отличаются друг от друга составом участников, объектом ссуд, динамикой, величиной процента и сферой деятельности [19]. В нашем случае интерес представляют только те формы кредита, которые непосредственно имеют своими участниками коммерческие банки.

Кроме различных форм кредита, коммерческие банки предоставляют своим клиентам разнообразные виды кредитов, которые можно классифицировать по различным признакам [54, с. 98].

Банковский кредит различают в зависимости от срочности кредитования. При такой классификации выделяют краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные ссуды. По размерам выданных ссуд различают кредиты крупные, средние и мелкие. По методам погашения различают банковские ссуды, погашаемые в рассрочку (частями, долями), и ссуды, погашаемые единовременно, на определенную дату.

Такая классификация дает возможность банку правильно соотносить свои обязательства по привлеченным средствам с требованиями по выданным кредитам.

Кредит классифицируется по видам в зависимости от платности его использования. Здесь выделяют платный и бесплатный, дорогой и дешевый кредит. За основу такого деления берется размер процентной ставки, установленный за пользование ссудой. Товаром при кредитных операциях банка являются данные в долг деньги (специфичность банковской услуги), платой за товар – проценты.

Итак, кредитные (активные) услуги банка являются наиболее распространенными и наиболее выгодными услугами, так как банк получает за них реальную плату, то есть процентную ставку, устанавливаемую банком сумму от размера кредита за его использование. Эта плата является средством формирования прибыли банка, а значит,банковский маркетинг нацелен на кредитные услуги как на услуги, приносящие банку реальную прибыль.

Расчетные услуги, которые производит банк, могут осуществляться как в безналичной, так и в наличной форме. По поручению клиентов банки могут открывать различные счета, с которых производятся платежи, связанные с покупкой или продажей товароматериальных ценностей, выплатой заработной платы, перечислением налогов, сборов и других не менее важных платежей. При расчетах банк выступает посредником между продавцами и покупателями, между предприятиями, налоговыми органами, населением, бюджетом. При производстве расчетов банки используют различное современное оборудование обеспечивающее быструю связь и техническую обработку документации поступающей в банк.

Рассмотренные три типа банковских услуг называют основными банковскими операциями. Оттенок основной они приобретают, прежде всего, в том смысле, что исторически, на протяжении длительного времени переходят как наследие от одного поколения банков к другому. Можно сказать, что эти операции являются самыми древними: их выполняли "старые" банкирские дома, выполняют и современные большие и малые банки. Основные операции, выполняемые банком, создают условия для формирования статуса банка и обеспечения его финансовой и инвестиционной привлекательности.

Банками не являются те или иные предприятия или организации, которые принимают вклады, выдают кредиты, или совершают расчеты между различными юридическими и физическими лицами. На практике довольно часто можно встретить фонды, которые принимают вклады на определенный срок и под определенный процент, но от этого они не становятся банками. Известно, например, что кредиты могут предоставляться также торговыми организациями, вообще всеми субъектами, у которых есть свободные денежные средства, но от этого они также не превращаются в банки, а сохраняют свой основной статус (положение). Почта проводит платежи по поручению клиента, но, не смотря на расчетные услуги, которые она выполняет, остается почтой, а не превращается в банк.

Выше перечисленные виды услуг в своей совокупности образуют то, что называется банком. Юридически банк – это такое предприятие, которое осуществляет все три рассмотренные услуги одновременно. Если какую-либо одну из трех чисто банковских операций та или иная организация не выполняет, то она по закону не может считаться банком, а переходит в разряд других финансовых институтов [56, с. 105].

К разряду основных банковских услуг можно отнести и кассовые услуги. В современном законодательстве они не включены в состав базовых операций, из которых складывается банк, однако по своему назначению они отражают суть банковской деятельности. Трудно себе представить, что банк занимаясь депозитами, осуществляя кредитование и расчеты, но не ведет кассовых операций.

1.3 Нетрадиционные банковские услуги

Как уже было выше упомянуто, основной доход банки получают в результате оказания кредитных услуг. С целью повышения своей конкурентоспособности и финансовой привлекательности большинство коммерческих банков не останется равнодушным к возможности увеличения своего денежного потенциала. Поэтому предлагаемый банками спектр основных услуг постоянно модернизируется за счет дополнительных (нетрадиционных) услуг.

К нетрадиционным банковским услугам могут относится и услуги, не присущие банковскому сектору. К ним относятся:

1. лизинговые услуги;
2. операции с иностранной валютой;
3. консультационные услуги;
4. операции с ценными бумагами;
5. услуги по хранению ценностей;
6. аудиторские услуги;
7. выдача гарантий;
8. трастовые услуги;
9. информационные услуги;

10) другие услуги.

В настоящий время данный спектр услуг является основными, оказываемыми российскими банками.

Организация расчетно-кассового обслуживания. В процессе своей деятельности каждое предприятие находится в непрерывной связи с другими хозяйствующими субъектами, государством, банками, рабочими и служащими, другими партнерами. Такие отношения предприятий осуществляются при помощи денег, а их совокупность в масштабах страны представляет собой денежный оборот.

Денежный оборот осуществляется в двух формах – в форме обращения наличных денег и в форме безналичных расчетов.

Среди различных видов услуг, связанных с выполнением банками функции посредника в расчетах, можно выделить 3 основные группы:

- инкассовые услуги;

- расчеты с помощью аккредитивов;

- переводные услуги.

Рассмотрим основные принципы организации расчетов в странах с развитой рыночной экономикой.

Инкассовые услуги. Проводя инкассовые операции, банк зачисляет на счет клиента денежные средства, полученные по сданным им расчетным документам. Среди расчетных документов наибольшее распространение имеют чеки и векселя.

Особой простотой отличаются услуги по взысканию сумм, подлежащих уплате, если плательщик имеет счет в том же банке, что и получатель денег. Когда же плательщик обслуживается в другом банке, операция осложняется необходимостью предварительного получения денег от банка должника перед зачислением на счет получателя.

Расчеты с помощью аккредитивов. Аккредитивная форма расчетов между хозяйствующими субъектами предполагает гарантию банком плательщика оплату поставляемых товаров. Как правило, эта форма расчетов применяется, когда поставщик не полностью уверен в оплате покупателем отгружаемого товара и хочет заручиться гарантией банка. Наибольшее распространение расчеты с помощью аккредитива получили в международной торговле.

Переводные услуги. Переводные операции банков связаны с переводом средств по поручению клиента из одного отделения банка в другое или в банк-корреспондент. Такие переводы осуществляются как внутри страны, так и за границу.

Суть услуги по переводу денег банком сводится к извещению с помощью современных электронных средств, по телеграфу или по почте банка-получателя о том, какая сумма, в какой срок и кому должна предназначаться или быть выплачена [7, с. 9].

В последнее время популярность на рынке приобрели различные виды платежных банковских карточек. Особое распространение имеют следующие карточки:

* кредитные карточки;
* дебетовые (предоплаченные) карточки. Дают возможность осуществления покупок товаров и услуг с помощью безналичных расчетов. Деньги списываются со счета клиента и зачисляются на счет продавца;
* корпоративные карточки, выдаются работникам компаний для произведения расходов за счет организации;
* дисконтные карточки, дают своим владельцам право на получение существенных скидок при оплате товаров и услуг в определенной торговой или иной сети.

Операции с иностранной валютой. Развитие международных отношений непременно требует особого инструмента, посредством которого, возможно внешнеэкономическое финансовое взаимодействие. Обмен иностранной валюты является одной из важнейших услуг, осуществляемых на внешнем валютном рынке.

Банкам принадлежит ведущая роль на внешнем валютном рынке. Существует три основных вида услуг банков по купле-продаже иностранной валюты:

* приобретение валюты у одних клиентов и перепродажа ее другим клиентам;
* операции по купле-продаже валюты правительству (в рамках мероприятий по созданию и использованию официальных резервов);

- купля-продажа валюты между банками.

Существует два способа покупки и продажи иностранной валюты:

1. слот, то есть немедленная поставка;
2. форвард, то есть поставка, привязанная к определенной дате в будущем.

Для проведения валютных операций необходимо иметь четкое представление о существе валютных курсов, типах обменных курсов и порядке их регулирования, мероприятиях по валютному контролю, порядке оценки изменений в валютных курсах и факторах, влияющих на обменный курс.

Трастовые услуги. Трастовые услуги – операции по управлению собственностью, другими активами, принадлежащими клиенту. В настоящее время трастовые операции являются наиболее важными, поскольку банк выступает полномочным представителем-посредником между рынком и клиентом и получает целый ряд очевидных выгод от их совершения.

Банковские трастовые услуги делятся на следующие виды:

- трастовые услуги частным лицам;

- трастовые услуги организациям.

Трастовые услуги частным лицам бывают завещательные и прижизненные.

Завещательные трасты вступают в силу только после смерти собственника; прижизненные действуют при жизни его владельца. Завещательные трасты обычно создаются учредителем тогда, когда он хочет распределить активы бенефициарам в форме траста. Прижизненные трасты создаются для передачи права собственности на активы, чтобы владелец мог избежать налогов или принимать ежедневные решения по инвестициям, связанным с управлением имуществом.

Трастовые услуги коммерческим предприятиям делятся на агентские и попечительские.

Трастовые подразделения банков часто действуют как агенты деловых фирм. Эта деятельность обычно включает работу по выпуску ценных бумаг в интересах коммерческих клиентов, выплату дивидендов и их реинвестирование по требованию акционеров и погашение ценных бумаг по истечении срока.

Попечительские услуги связаны с функционированием рынка коммерческих бумаг, на котором продаются необеспеченные закладные крупных компаний. Трастовые отделы банков ведут учет закупок коммерческих бумаг, следят за поставками всех реализуемых ценных бумаг инвесторам и производят выплату владельцам тех ценных бумаг, срок погашения которых истек.

Услуги по хранению ценностей. Услуги по хранению ценностей могут выступать в виде предоставления в распоряжение клиента банковских ячеек или приема банком ценностей клиента на хранение в стальной камере.

Ячейка предоставляется клиенту на условиях аренды, а доступ к ней получает только сам клиент или его доверенное лицо по предъявлению специального удостоверения. В сейфе могут храниться самые разнообразные предметы – от ценных бумаг до личных вещей.

Принимая ценности на хранение в стальную камеру, банк не предоставляет клиентам права свободного доступа к ним. Хранению в стальной камере, как правило, подлежат ценные бумаги. Банк параллельно может оказывать клиентам множество разнообразных услуг, связанных со сданными в камеру ценными бумагами, например, начисление по ним процентов в пользу владельцев.

Информационные услуги. Банки, обладающие современными средствами телекоммуникаций, компьютерной связью, имеют всегда достаточное количество разнообразной коммерческой и некоммерческой информации. Источниками получения информации выступают также обмен ею с другими банками и услуги информационных агентств.

На этой основе могут создаваться развитые базы данных, за доступ к которым клиенты должны предоставлять банку определенную плату.

В банках могут создаваться специальные отделы, занимающиеся сбором и обработкой информации. Вся эта информация может предоставляться по просьбе клиента. Кроме того, такие отделы занимаются изданием различных экономических обзоров и прочих публикаций, содержащих аналитический материал.

Консультационные услуги. Банки могут оказывать своим клиентам различные консультационные услуги, которые связаны не только с разъяснением особенностей деятельности банка, но и с квалифицированными консультациями в области экономики и финансов предприятий различной специализации. Важным видом консультационных услуг могут являться оказание помощи клиентам в прогнозировании обменных курсов иностранных валют. Кроме того, в банках имеются специалисты в области внешнеэкономической деятельности, маркетинга и права.

Оказанием консультационных услуг могут заниматься как менеджеры подразделений, так и служащие специально создаваемого консультационного отдела.

Оплата консультационных услуг производиться в зависимости от продолжительности, сложности консультаций и квалификации работника их оказывающего.

Выдача гарантий. Выдача гарантий носит, по сути, кредитный характер. Это довольно важный аспект деятельности банков, который практикуется уже и отечественными банками. Осуществляются следующие выдачи гарантий:

* гарантия погашения хозорганом ссуд и процентов по ним;
* гарантия на финансирование проектов, программ и контрактов, в том числе за счет средств на расчетном счете клиента, за счет средств на депозитном счете клиента, за счет кредита;
* гарантия поставки товарно-материальных ценностей.

Аудиторские услуги. Наличие в банках квалифицированных специалистов создает условия для развития комплекса аудиторских услуг для своих клиентов. На Западе фирмы довольно часто обращаются в банки с просьбами подобного рода. В наших же условиях, когда аудиторство слабо развито, банки могли бы составить конкуренцию еще только развивающимся аудиторским фирмам.

Выполнение банками аудиторских функций имеет и еще одну положительную сторону: осуществляя проверку деятельности своего постоянного клиента, банк имеет возможность глубже узнать особенности его деятельности, сделать выводы о его надежности как заемщика.

Другие услуги. Кроме указанных услуг банки могут осуществлять посреднические услуги, связанные с реализацией запасов товарно-материальных ценностей и оборудования, заключением между клиентами банка коммерческих и иных сделок, продажей фондов клиентов на комиссионной основе, организацией страхования.

Достаточно перспективным направлением развития прочих банковских услуг является организация своеобразных магазинов, предлагающих своим клиентам различные предметы нумизматического характера.

Все эти услуги и составляют систему взаимоотношений банков и его клиентуры. Для расширения уже существующих рынков сбыта и завоевания новых, банки совершенствуют предоставление имеющихся услуг и внедряют новые, согласовывая их с требованиями рынка и времени [7, с. 10].

Таким образом, подводя итог данной главы, хотелось бы отметить, что в российской практике одной из главных задачей коммерческих банков является предоставление качественных банковских услуг своим клиентам. Исходя из этой цели банки, всё больше уделяют внимание созданию нового продукта, внедрении новой технологии, что способствует расширению клиентской базы, увеличению выполняемых операции. Соответственно данное изменение в деятельности банка играет положительную роль на его финансовый результат.

ГЛАВА 2 **Анализ предоставления банковских услуг за период с 2008 по 2010 года**

2.1 Влияние мирового финансово-экономического кризиса на сферу предоставления банковских услуг

2008 год однозначно войдет в экономическую историю России благодаря возникшему финансовому кризису и множеству сопутствующих ему негативных последствий. Несмотря на то, что первые лица государства убеждают нас в том, что волна последствий кризиса уже миновала – сложившаяся ситуация в течение нескольких лет не дает покоя ни правительственному аппарату, ни рядовым гражданам. Благодаря средствам массовой информации тема мирового финансово-экономического кризиса у всех на устах, но зачастую большинство россиян так и остается в неведении, почему все сложилось именно так, и когда наступят лучшие времена. Причины российского финансового кризиса, начавшегося в 2008 году, лежат далеко за пределами страны. Экономическая ситуация ухудшилась не за один день, этому предшествовал ряд других процессов, последствия которых постепенно накапливались и просто не могли не привести к тому, что мы имеем в настоящее время.

Впервые громко и много о финансовом кризисе заговорили в сентябре 2008 года, когда средства массовой информации начали освещать банкротство одного за другим банков США. Именно эту крупную державу экономисты сегодня считают виновницей всех бед. По мнению экспертов, причина кроется в ипотечном кризисе, возникшем в США вследствие безудержного стремления банков выдать как можно больше жилищных кредитов и получить тем самым огромную прибыль. Стремление – абсолютно естественное, но при этом договора ипотеки заключались зачастую с людьми, чьи финансовые доходы не позволяли совершать регулярные выплаты по кредитам. В итоге, все больше и больше квартир отходило в собственность банков, а покупателей на них оказывалось все меньше и меньше. Результатом этого явились ипотечный кризис и банкротство кредитных организаций, на руках у которых оказались миллиарды долларов неликвидной недвижимости.

Неблагоприятная ситуация в экономике США не могла не отразиться на всем остальном деловом мире, и Россия не стала исключением.

Рассмотрим **причины банковского кризиса в России.** Из-за низкой капитализации большинства банков в России и низкого уровня доверия банков друг к другу, и как следствие не развитости рынка межбанковского кредитования крупные (системообразующие) российские банки, такие как Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, ВЭБ лишились возможности брать дешевые кредиты на Западе. Банкам, с небольшим капиталом, живущим на заемные средства, пришлось отдавать долги. В этой ситуации перекредитоваться им стало негде - дешевые кредиты на Западе не дают, рынок межбанковского кредитования не работает. В результате такие банки не смогли выполнять свои обязательства как перед вкладчиками, так и перед кредиторами. Кроме этого причиной возникшего в нашей стране финансового кризиса считается также падение цен на нефть – молниеносное и значительное – со 150$ до 40$ за 1 баррель. Энергоносители (газ и нефть) имеют первостепенное значение для богатой ими России, поэтому снижение цен на сырье резко снизило и доходы от его экспорта.

Помимо внешних причин финансового кризиса нельзя оставлять без внимания и причины внутренние. Начиная с мая 2008 года, рост биржевых индексов РТС и ММВБ не только остановился, но и начал свое падение. Свою ложку дегтя в августе 2008 года внес и грузино-осетинский конфликт, породивший противостояние России и стран Запада и повлекший за собой отток иностранного капитала из страны. Из-за всех этих недопониманий друг друга отношение Запада к нашей стране во многом изменилось, а фондовый рынок потерпел немало убытков.

Отдельные последствия финансового кризиса проявили себя практически сразу, а с некоторыми России еще только предстояло столкнуться в будущем.

В виду своей неотъемлемости финансовый кризис никак не смог обойти банковский сектор экономики. Можно сказать, что в результате мирового финансового кризиса 2008 года наступил банковский кризис в России. Под банковским кризисом обычно понимается продолжительная неспособность большого числа коммерческих банков выполнять свои обязательства перед контрагентами. Такая неспособность выражается в виде невыполнения обязательств перед клиентами, условий расчетно-кассового обслуживания. А в тяжелой форме кризиса – в банкротстве и сокращении банковских учреждений.

В отличие от финансового кризиса, банковский кризис в России ощущается сильнее (говорим в настоящем времени, так как нельзя сказать, что для нашей страны кризис закончился). Во время финансового кризиса банковская система страдает первой.

На момент 1 января 2008 года в РФ было зарегистрировано 1136 кредитных организаций, сейчас же в России насчитывается 1056 (табл. 2.1). Данное сокращение произошло в виду того, что более крупные банки скупили более мелкие (зачастую по дешевке), то есть произошла консолидация активов. С рынка исчезли неэффективные банки, либо банки, которые фактически не являлись банками, а были «карманными кассами» определенных бизнес структур.

Таблица 2.1 – Количественные характеристики кредитных организаций РФ

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Количество кредитных организаций,единиц |
| 1.01.08 | 1.01.09 | 1.10.09 | 1.01.10 | 1.02.10 |
| Зарегистрировано кредитных организаций Банком России и другими организациями  | 1296 | 1228 | 1192 | 1178 | 1173 |
| Действующие кредитные организации (кредитные организации, имеющие право на осуществление банковских операций) | 1136 | 1108 | 1074 | 1058 | 1056 |
| Кредитные организации, зарегистрированные Банком России, но еще не оплатившие уставный капитал и не получившие лицензию (в рамках законодательно установленного срока) | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| Кредитные организации, у которых отозвана (аннулирована) лицензия на осуществление банковских операций | 157 | 117 | 116 | 119 | 116 |
| Кредитные организации, имеющие лицензии на осуществление операций в иностранной валюте | 754 | 736 | 711 | 701 | 700 |
| Кредитные организации, имеющие генеральные лицензии | 300 | 298 | 294 | 291 | 291 |

В приложении А представлены обобщенные данные по результатам деятельности кредитных организаций с момента года начала кризиса и по настоящее время (период написания дипломной работы).

Что же касается банковской системы в целом и рынка банковских услуг в частности, то, по мнению многих экспертов, отметилось снижение доверия населения к банковской системе. Банки в срочном порядке стали увеличивать процентные ставки по кредитам и ужесточать требования к заемщикам. Большинство банков свернули многие ипотечные и потребительские программы (например, беззалоговые и беспроцентные кредиты).

Отдельные банки, опасаясь за возможный рост просроченной задолженности по банковской системе, как будто проснулись и начали брать в оборот своих злостных неплательщиков, обращаясь к услугам коллекторных агентств – агентств, которые за определенную сумму проводят судебные разбирательства по возврату и выплате долга. Коммерческие банки продают коллекторным агентствам кредиты, за которыми до кризисной ситуации обязались следить самостоятельно. Перед годовой отчетностью банки подбивают балансы, избавляясь от просроченных платежей, а также проводят страхования от рисковых невозвратов задолженностей, которые, по мнению экспертов, увеличились вместе с неплатежеспособностью населения.Также подобные тревоги заставили банки выставлять на продажу долги по всем видам кредитов, даже с наименьшей просроченной задержкой платежа.

В последствии государство оказало огромную финансовую поддержку сфере банковских услуг, понимая ее большую значимость для страны, но все же некоторым мелким региональным банкам не удалось избежать краха. Основные силы Правительства были направлены на поддержание наиболее крупных и значимых кредитных организаций. Поэтому больным вопросом у россиян стала боязнь за сохранность своих сбережений. На этот счет особых причин для беспокойства быть не должно, так как если банк входит в систему страхования вкладов, то все сбережения в сумме до 700 тыс. руб. гарантировано будут сохранены.

Серьезный удар пришлось выдержать и российской ипотеке. Потребитель сегодня, выбирая возможность приобретения жилья в кредит, будет невероятно удивлен, насколько сократился выбор банков, по сравнению, скажем, с тем же периодом прошлого года. Динамика развития ипотечного рынка страны замедлилась, стоит ожидать перераспределения сил на рынке, поскольку продолжат работать на нем только лидеры. Уже сейчас часть банков временно приостановила выдачу кредитов, другие – скорректировали условия выдачи, подняли ставки, отказались от наиболее рискованных кредитных программ.

Потребность в жилье у наших сограждан все еще очень высока, а достойных альтернатив ипотечному кредиту пока еще не существует».
Для того, чтобы оценить реальную способность граждан взять ипотечный кредит можно проанализировать предлагаемые ведущими банками страны варианты ипотеки. Если предположить, что необходимо приобрести жилье в Москве или Санкт-Петербурге стоимостью 5 млн рублей при сроке ипотеки до 10 лет.

Итак, в Сбербанке, чтобы приобрести квартиру на таких условиях, от вас потребует первоначальный взнос в размере 20%. Другими словами, вам нужен миллион рублей для первоначального взноса, а в кредит вам дадут 4 миллиона соответственно. Для этого банка не имеет значения, приобретаете ли вы жилье на первичном или вторичном рынке недвижимости. Процентные ставки меняются в зависимости от того, готов ли заемщик предоставить право на регистрацию собственности или нет. Жилье до регистрации собственности будет предоставлено под 15% годовых, после предоставления нужного документа ставка снижается до 13% годовых. Банк готов увеличить срок кредитования. Кроме того, вы можете выбирать, как именно будете платить: равными платежами или следуя графику от большей суммы к меньшей.

Один из крупнейших банков на рынке ипотечного кредитования ВТБ-24 вообще не финансирует «первичку» в данный момент. Таким образом, вы можете сотрудничать с этим банком только на вторичном рынке недвижимости на предмет ипотеки. Первоначальный взнос в этом банке также составит 20% от суммы, в нашем случае тот же миллион рублей. Однако чтобы вам все же выдали в кредит на 4 млн рублей, то вы должны подтвердить официальный доход на сумму более 120 тысяч рублей ежемесячно. Процентная ставка в этих условия будет равна 13,65% годовых.

Банк «Уралсиб» также кредитует только вторичный рынок жилья. В данный момент сумма кредита на ипотеку в банке может достигать только 1 млн рублей. Первоначальный взнос составляет 30%. То есть даже если внести необходимые 1,5 млн рублей (от 5 млн, которые требуются), вместе с кредитуемой суммой мы выходим лишь на 2,5 млн, чего не хватит не только для квартиры в ближайшем Подмосковье, но даже в Санкт-Петербурге например. Ипотечным кредитованием в этом банке могут заинтересоваться лишь жители небольших городов. Срок ипотеки здесь очень удобный: от 3 до 13 лет. При первоначальном взносе от 30 до 50% от стоимости жилья процентная ставка будет равна 16,5% годовых плюс комиссия за предоставления кредита от 10 до 60 тысяч рублей.

Банк «ДельтаКредит» работает тоже в основном со «вторичкой». Приобрести недвижимость на первичном рынке можно только под залог уже имеющегося в собственности жилья. Первоначальный взнос составит 20% от цены на квартиру. При официальном подтверждении дохода (справки 2-НДФЛ на зарплату в 120 тысяч рублей) процентная ставка составит 12,7% годовых. Ежемесячный платеж будет 59 019 рублей сроком на 10 лет. (Напомню, что в кредит, получается, мы берем всего 4 млн, так как в этом банке нужен первоначальный взнос).

Инвестиционный банк «КИТ Финанс» предоставляет кредит на «первичку» только под залог уже имеющегося в собственности заемщика жилья. Первоначальный взнос составляет 30% от стоимости квартиры. Cрок кредита с десяти лет можно увеличить, чтобы клиент банка мог подобрать для себя удобный ежемесячный платеж. Процентная ставка на новостройку будет 17,49% годовых в рублях. А кредит на квартиру на вторичном рынке можно получить под 16,99% годовых в рублях. Так, при 1,5-миллионом первоначальном взносе нам нужна ипотека на сумму в 3,5 млн. Для одобрения банком кредита на такую сумму мы должны подтвердить официальный доход равный 156 тысячам рублей в месяц (возможен совокупный доход двух человек). Обобщая приведенные выше расчеты можно сказать, что рынок ипотеки пока не является той «золотой серединой» для решения жилищных проблем как бы нам этого не хотелось.

В своих оценках происходящего аналитики сходятся во мнении: банкам, чтобы выжить, необходимо предпринять срочные меры, грозящие больно ударить по карману просто потребителя. Происходит сокращение числа кредиторов и повышение ставок. И хотя конкретный вопрос о кризисе на российском рынке недвижимости и ипотеки остается открытым, очевидно, что в ближайшее время дешевой ипотеки в России точно не будет. Да и просто получить кредит на покупку жилья будет непросто.

Покупка жилья в данный момент в России – дорогое удовольствие. Но как бы ни были тяжелы последствия кризиса для ипотечного сектора в нашей стране, эксперты оптимистичны в своих оценках. В долгосрочной перспективе прогнозы развития рынка ипотечного кредитования в России хорошие.

2.2 Анализ услуг, предоставляемых ОАО «МДМ-Банк»

8 мая 2009 г. акционеры УРСА Банка и МДМ-Банка проголосовали за объединение банков. Объединение завершилось 7 августа в форме присоединения МДМ-Банка к УРСА Банку. Новый банк зарегистрирован в городе Новосибирск.

Новый МДМ-Банк предлагает своим клиентам лучшие финансовые продукты и услуги из линеек двух банков: комплексное обслуживание корпоративных клиентов, традиционные и инновационные услуги для частных лиц. В результате расширения сети офисов банка услуги и продукты МДМ-Банка стали доступными огромному числу юридических и физических лиц по всей стране. Клиентская база МДМ Банка насчитывает около 3 млн розничных клиентов, более 37 500 клиентов малого и среднего бизнеса и 27 500 корпоративных клиентов. Более 350 подразделений банка работают в 162 городах России. Представительства банка открыты в Лондоне, Пекине, Праге, Алматы. МДМ-Банк работает в соответствии с мировыми стандартами, гарантируя высокое качество обслуживания, профессиональный подход и уважение к клиентам. Это касается и удобства обслуживания, и новых предложений по банковским продуктам.

Услуги, оказываемые частным лицам:

- вклады;

- денежные переводы;

- коммунальные платежи;

- пластиковые карты;

- потребительские кредиты;

- ипотека.

Услуги, оказываемые филиалом корпоративным клиентам:

- расчетно-кассовое обслуживание в рамках бизнес-пакетов;

- дистанционное банковское обслуживание;

- обслуживание внешнеэкономической деятельности;

- международные корпоративные пластиковые карты;

- депозиты юридических лиц;

- бронирование средств на расчетном счете;

- кредитование бизнеса;

- классическое кредитование.

В настоящее время МДМ-Банк начал оказывать услуги по реализации дорожных чеков. До этого времени работа банка в сфере обслуживания дорожных чеков сводилась только к покупке чеков. Теперь же список услуг, предоставляемых ОАО «МДМ-Банк», пополнился продажей дорожных чеков за наличные рубли и иностранную валюту. В настоящее время эту услугу предоставляют 2 объекта сети ОАО «МДМ-Банк». В ближайшее время планируется увеличить число филиалов, реализующих дорожные чеки.

Являясь полноправным членом платежных систем международного стандарта Visa International и Europay/MasterCard International, а также официальным партнером компании и Diners Club, МДМ-Банк оказывает услуги по выпуску и обслуживанию карт самых авторитетных международных платежных систем.

Корпоративным клиентам МДМ-Банк предлагает:

**- зарплатные проекты** с выпуском зарплатных карт Visa Electron, Visa Classic и Visa Gold, а также карты аналогичных категорий платежной системы Eurocard/MasterCard. Банк организует для вашего предприятия процедуру начисления и выплаты зарплаты с помощью пластиковых карт;

- корпоративные карты для командировочных и представительских расходов Visa Business, Eurocard/MasterCard Business. Это идеальное средство организации и контроля командировочных и представительских расходов сотрудников вашей компании;

**- эквайринг** для торгово-сервисных предприятий – организацию расчетов по оплате товаров и услуг с использованием пластиковых карт.

Банк выпускает следующие виды банковских карт международных платежных систем VISA, Europay и Diners Club для юридических лиц:

- Visa MDM Electron, Cirrus/Maestro;

- Visa MDM Classic, EC/MC Mass;

- Visa MDM Business, EC/MC Business;

- Visa MDM Gold, EC/MC Gold.

Все карты позволяют своим владельцам осуществлять безналичную оплату товаров и услуг; получать наличные средства как в России, так и за рубежом; в случае утраты или хищения карты блокировать счет. Кроме того, каждая карта – это индивидуальный набор дополнительных услуг.

Счета банковских карт открываются в рублях или долларах США. Пополнение карточного счета производится валютой счета. При проведении расходных операций в валюте, отличной от валюты СКС, конвертация производится по курсу банка на день совершения операции.

На корпоративный счет могут быть зачислены:

- денежные средства, перечисленные с текущего (расчетного) счета организации;

- денежные средства, не израсходованные сотрудником организации – держателем корпоративной банковской карты во время командировки.

Закрытие карточного счета производится по заявлению его владельца. При этом возврат остатка средств на счете и гарантийного покрытия осуществляется через 30 дней с момента ее сдачи наличными либо переводом на любой счет.

ГЛАВА 3 **Проблемы и перспективы развития банковских услуг в России**

3.1 Проблемы предоставления банковских услуг

Специфика посткризисной экономической ситуации в России поставила коммерческие банки перед необходимостью разработки четкой и слаженной системы управления для реализации выбранной ими стратегии развития.

До сих пор проблема банковского совершенства в современной России не была предметом специального рассмотрения. В литературе рассматриваются только отдельные стороны успешного функционирования банков. Таким образом, проблема обобщения опыта деятельности банков в России и определения наиболее важных составляющих их успеха, основываясь на системном подходе и учитывая российскую действительность представляется достаточно актуальной.

В сложившейся экономической ситуации современной России «тема банковского совершенства» вообще не была предметом рассмотрения. Ведь отечественным банкам, к сожалению, приходится функционировать:

- во-первых, в условиях пошатнувшейся экономики;

- во-вторых, при неопределенности стратегических целей;

- в-третьих, в условия отсутствия (или непризнания) основных принципов эффективного управления банком.

Поэтому на данном этапе развития возникла необходимость определения наиболее важных составляющих успешного функционирования банков и разработки общего подхода к управлению банком с позиций высшего менеджмента, которые, однако, стоит осуществлять, исключительно, учитывая российскую действительность.

Исходя из проведенного выше исследования, необходимо выделить основные и достаточные критерии успешной деятельности банков, такие как:

1) Высокая культура взаимоотношений, которая является основой для принятия правильных решений. Ведь выбор единственно верного решения зависит не столько от скорости его принятия, сколько от разумной расчетливости.

2) Наличие общих ценностей, что является ядром культуры общения. Самый верный путь к этому – пополнение руководящих кадров из собственного штата сотрудников.

3) Уделять внимание нематериальным ценностям, несмотря на то, что получение прибыли – цель деятельности любого коммерческого банка, таким как высокое качество обслуживания, поощрение творческого подхода сотрудников к поиску оптимальных решений и т. д.

4) Борьба за клиента, его доверие, здесь речь идет об «ориентации на вкладчика», что характерно для успешных банков, которые прилагают все усилия, чтобы помочь клиентам в решении их проблем.

5) Инновационная деятельность в виде разработки новых услуг.Многие успешные банки стремятся инвестировать свои ресурсы и управленческие усилия в инновационные проекты, разрабатывать новые механизмы использования пластиковых карт, системы электронных платежей.

6) Уверенное руководство, умение отличить главное от второстепенного.

7) Лучшие специалисты, интеллектуальная подкованность не всегда является главным критерием процветания, более важно сотруднику, впитав в себя задачи и цели банка, своей деятельностью способствовать его процветанию, для чего важны такие качества, как: умение работать в команде, гибкость, лояльность (по крайней мере, к основным ценностям организации): успешные банки, как правило, делают крупные инвестиции в человеческий капитал.

8) Наличие взвешенного и устойчивого процесса кредитования.

9) Развитие информационных систем управления и информационного менеджмента в банке: важно то, что успешными банками информационные технологии рассматриваются не как источник затрат, а как активы, дающие средства для обхода конкурентов и прямого выхода на потребителей – вот ядро успеха.

10) Гибкая и адекватная политика в области управления собственными и заемными средствами, которая бы способствовала прибыльной работе банка при одновременном следовании требованиям закона.

3.2 Возможные пути решения проблем

С учетом всех вышеперечисленных проблем, решения стандартных ситуаций должны разрабатываться с учетом условий работы российских банков. В силу этих условий, очевидно, что критерии эффективного управления банков Российской Федерации являются особенными, более того исключительными. Рассмотрим их более подробно:

1) Первостепенное значение для всех банков России имеет ликвидность (особенно остро эта проблема проявила себя в 1998 и 2008 годах, вылившись в кризис финансовой системы РФ, «кризис ликвидности», – как говорили о нем в 1998 году).

Главной стратегической целью коммерческого банка является достижение прибыльной работы банка при одновременном обеспечении его ликвидности. Исходя из системы управления ликвидностью и рентабельностью, возможными вариантами являются:

- работать на фиксированную рентабельность и максимальную ликвидность;

- зафиксировать уровень ликвидности и «лезть из кожи вон» ради максимальной рентабельности.

В условиях российской действительности правильнее – «задание определенного уровня ликвидности и стремление к максимальной рентабельности при заданных параметрах надежности работы на рынке». Обеспечение дополнительной ликвидности также немаловажный аспект, осуществляющийся за счет страховых механизмов.

2) Успешным отечественным банкам следует повышать эффективность своей работы за счет:

- расширения клиентской базы (индивидуальный подход ко всем клиентам, независимо от суммы вклада: хотя это и требует кропотливой работы – «цель оправдывает средства»);

- увеличения ассортимента услуг (например: услуг, связанных с программами по выпуску пластиковых карт, консультационными услугами предприятиям по управлению финансовыми потоками и др.);

3) Работа на международных рынках– непременное условие эффективной деятельности кредитных учреждений. В силу специфики ситуации на российском рынке:

- стоимость займов меняется в соответствии с общей экономической ситуацией;

- премия уменьшается по мере «нарабатывания» банком кредитной истории.

4) Разработка долгосрочных стратегий развития отечественным банкам не свойственно, однако, это очень перспективное направление совершенствования для успешных банков.

Данный критерий выделяется, в силу необходимости изменения тактики «наращивания активов», ибо возникла проблема отсутствия роста капитализации этих активов. Обеспечение роста капитализации бизнеса в долговременной перспективе может осуществляться за счет формирования устойчивых конкурентных преимуществ, которые в большинстве случаев принадлежат крупным корпорациям, контролирующим значительную часть рынка. Однако успешные банки вынуждены прекратить щедрое финансирование «своих» предприятий, поскольку это отрицательно влияет на сбалансированность инвестиционного портфеля, где собраны в основном долгосрочные и, незначительные по объему, краткосрочные активы. Именно поэтому в данной ситуации главная задача банка, управляющего промышленными активами, – «формирование философии управления не на антикризисной, а на постоянной основе, и выработка единой для всей банковской группы структуры, информационных потоков, позволяющих банку осуществлять «полный контроль» за деятельностью предприятия без оперативного вмешательства».

5) Формирование имиджа банка. Здесь необходимо выделить такие основные качественные составляющие, которые жизненно необходимы не только для успешной жизнедеятельности, но для эффективного функционирования любого успешного банка (в рамках стратегии «укрепления позиций и расширения сферы деятельности»):

- солидные учредители;

- надежные партнеры;

- новые банковские технологии;

- высококвалифицированный персонал.

6) Современная система управления,осуществляющая оперативное информационное обеспечение менеджмента, используется для реализации всех вышеперечисленных задач.

Организация работы успешного банка требует четкой и слаженной системы управления. Повышенные требования к ней вызваны:

- высокой динамикой изменения законодательных актов;

- частой сменой приоритетов в формировании рынка банковских услуг;

- высокой динамикой развития банковских технологий.

Под «системой управления банком» понимается совокупность организационной структуры банка и его подразделений с:

- четко сформулированными задачами для каждого подразделения и сотрудника;

- общими целями, задачами и регламентируемыми потоками информации, обращающимися внутри банка и поступающими извне;

- фиксированными технологиями обработки этой информации.

Современные «системы управления» создаются не столько путем разработки организационной структуры, сколько путем формирования информационно-управляющих потоков по сбору, обработке, сжатию и представлению информации для каждого структурного подразделения с соблюдением ряда принципов:

- использовать методы распознавания будущих ситуаций;

- управлять будущим (причем, желательно использовать активную маркетинговую стратегию: «создай потребность, а затем наилучшим образом удовлетвори ее!»);

- поддерживать автономность подразделений, которые могут самоопределяться, но в рамках единственного правила: оставаться частью данной организации;

- определять способ измерения эффективности функционирования каждой структурной единицы, который учитывал бы динамику роста производительности подразделения в определенном временном интервале и эффективность использования его скрытых ресурсов;

- формировать цели для каждого подразделения, оценивать их реальность, применять принцип обратной связи;

- формировать информационно-управляющие потоки жизнеспособной системы многомерными, состоящими из горизонтальных и вертикальных связей и имеющих иерархическую структуру с несколькими вертикальными управляющими каналами на каждом иерархическом уровне.

Рассмотрим проблему доступности банковских услуг более подробно. Банки открывают отделения и конкурируют друг с другом там, где много людей и много денег, – как правило, в городах-миллионниках. Жители же небольших городов, и особенно села, составляющие большинство населения страны, далеко не всегда имеют возможность внести вклад или запросить кредит, не говоря уже о том, чтобы арендовать сейфовую ячейку или получить пластиковую карту. Достаточно сравнить несколько цифр. В США действует около 10 тыс. коммерческих банков с общим количеством филиалов свыше 80 тысяч. В России по сравнению с США – банков меньше практически в 8 раз, а филиалов – почти в 25 раз. В пятнадцати странах – «старых» членах ЕС – количество банков на 100 тыс. человек составляет 1,6, в России – 1,16, а число банковских филиалов на 100 тыс. человек – 46, тогда как в России оно едва превышает 2. При этом по данным ЦБ РФ почти половина действующих банков находятся в Московском регионе. Понятно, что в таких условиях избытка банковских услуг в стране не наблюдается и наблюдаться не может. Глядя на такие показатели, складывается впечатление, что по степени доступности банковских услуг мы не просто отстаем от Америки и стран ЕС, а отстали от них навсегда.

Однако все не так печально как кажется на первый взгляд. Есть как минимум два способа возможного решения данной проблемы. Первый и самый очевидный путь – открытие новых банковских филиалов во всех регионах страны. Однако на сегодняшний день ситуация складывается так, что количество отделений банков в стране сокращается. Независимо от формы собственности банки являются структурами, нацеленными на получение прибыли, и им невыгодно работать в экономически депрессивных регионах. Невыгодно не в последнюю очередь и потому, что при более низких оборотах к банковским отделениям в этих регионах предъявляются те же высокие требования по оснащенности и обеспечению безопасности, что и, например, в столице. А вторым способом решения рассматриваемой проблемы может стать возможность сделать банковские услуги доступными населению, предоставляя их в точках продаж различных сетевых структур. Особого внимания в этой связи заслуживают отделения ФГУП «Почта России».

Почта располагает более чем 40 тыс. отделений по стране, и по охвату и плотности сети с ней не сравнится никто. Конечно, как и у банков, у нее есть проблемы с рентабельностью удаленных подразделений. Однако, в отличие от коммерческих банков, Почта выполняет государственные функции и не может закрывать свои отделения, если они не приносят прибыли. Решая эту проблему, почта сама сейчас активно развивает коммерческие направления деятельности, и предоставление банковских услуг – одно из них.

Разумеется, на этом пути есть трудности, связанные, например, с технической оснащенностью, с уровнем подготовки персонала. Есть и препятствия правового характера, а именно правовая неопределенность вокруг оказания почтово-банковских услуг. Эта деятельность сейчас не регламентирована, а действующее законодательство применительно к этой тематике может быть интерпретировано по-разному. С клиентом общаются почтовые служащие в почтовых же отделениях, что сразу приводит к вопросу, исполняется ли требование закона «О противодействии легализации доходов, полученных преступным путем» о «личном присутствии лица, открывающего счет». К сожалению, некоторые толкуют его как «присутствие в помещении банка». На наш взгляд, очевидно, что законодатель имел в виду иное. В законе четко сказано, что требование об идентификации клиентов распространяется на почту в той же мере, что и на банки. И мы более чем уверен, что почта, издавна занимающаяся операциями с деньгами и являющаяся государственным предприятием с очень жестко выстроенной системой контроля, успешно справляется с идентификацией клиента как технологически, так и юридически.

Также вероятным решением проблемы доступности банковских услуг может стать позаимствованная у Запада система развития почта-банков – гибридов почты и банка, в которых банковская составляющая зачастую имеет больший вес, чем почтовая, и доля которых в банковских системах стран Запада огромна.

Важным условием повышения эффективности управления финансовыми, интеллектуальными, материальными, информационными и другими ресурсами для достижения целей устойчивого развития в условиях нестабильности является внедрение информационно-аналитических технологий.

Совершенствование управления не представляется возможным без создания и внедрения в реальную практику новых по качеству организационно-технологических систем информационно-аналитической направленности.

В настоящее время ученые многих стран продолжают работать над созданием автоматизированных систем управления процессами так называемого «адаптивного» типа, которые позволяют существенно повысить эффективность управления, в том числе финансовыми, экономическими, гуманитарными процессами независимо от их масштабов и уровней.

Это информационно-аналитические системы, построенные на основе имитационного, структурно-динамического моделирования, представляют собой интеллектуальные системы нового поколения, так называемого «надстроечного» типа и благодаря своим высоким аналитическим способностям должны получить широкое развитие.

Шагом в будущее по направлению к повышению эффективности банковской деятельности является внедрение методов, средств и организационно-технологических структур аналитической деятельности. Потребности выходят на более высокий уровень и на первое место выдвигаются и становятся востребованными не просто информационные, а более интеллектуальные – аналитические технологии, позволяющие повышать эффективность управления.

Созданы такие механизмы создания внутренних банковских специализированных информационно-аналитических центров, в задачи которых входит не автоматизация и информатизация процессов, а сам процесс подготовки информации для обоснования управленческих решений. В банке создается информационно-аналитическая система с единым центром, в котором сосредоточиваются системные технологии работы с управленческой информацией, позволяющие минимальными силами и средствами обрабатывать и анализировать большие объемы данных и получать общие и детальные характеристики процессов в реальном масштабе времени.

Характерными отличиями этих технологий от технологий предшествующего уровня являются:

- осуществление системной обработки управленческой информации методами моделирования и оперативного отображения реальной обстановки и состояния деловых процессов;

- обеспечение возможности проигрывать и производить мониторинг текущих процессов, а также последствий принимаемых решений, контролировать исполнение решений и достижение результатов, исключать субъективизм и неоднозначность в понимании информации руководителями и специалистами.

Для организации работы банковской информационно-аналитической системы на первом этапе предусматривается создание трех главных направлений:

- информационного, которое осуществляет подбор, сбор и первичную обработку информации, анализ ее достоверности, полноты и своевременности; производит контроль и ввод информации в автоматизированную систему моделирования банковских процессов для решения поставленных задач.

- аналитического, которое проводит вторичную обработку информации, выполняет проектирование и моделирование деловых процессов, на основе полученных данных готовит управленческие и аналитические отчеты, экспертные заключения, выводы и предложения для решения поставленных задач.

- оперативное, которое реализует оперативную подготовку информации для доклада руководителям, осуществляет распределение, координацию и взаимодействие потоков управленческой информации и доводит ее до потребителей для принятия решений поставленных задач.

Основными аналитическими продуктами работы центра являются:

- управляющие механизмы, позволяющие банку: вскрывать сильные и слабые стороны в различных областях деятельности; управлять рисками и устранять диспропорции в ресурсах, тарифах, ценах и задолженностях; адекватно реагировать на изменения правовых и других регулирующих документов;

- обоснования по управлению банковскими позициями: ликвидности, процентного риска, хеджирования и др.

- улучшение качества обслуживания клиентов на основе информационно-справочного материала, получаемого в режиме реального времени (является уникальным продуктом центра).

Выполнение своего рода «программы повышения эффективности управления» приведет к созданию в банках методов и инструментов системной аналитической работы и новой по качеству информационно-аналитической системы. Возрастет точность и скорость достижения целей и повысится эффективность управления по всему спектру менеджмента: финансовому, товарному, материальному, коммерческому, инвестиционному, производственному, правовому, информационному и др. И самое главное – банки начнут устойчиво развиваться.

Использование новых инструментальных средств моделирования банковских процессов сократит неблагоприятные последствия влияния внешней среды (такие как, например, потери от неплатежей), повысит прибыльность, рентабельность, производительность труда, усилит инвестиционную привлекательность, устойчивость, стабильность, позволит решать многие, ранее недоступные проблемы.

Одним из способов совершенствования оказания банковских услуг может стать внедрение системы обработки жалоб. Современные исследования доказывают, что из получения жалоб можно извлечь немалую выгоду. Ведущие банки Запада уделяют большое внимание созданию эффективной системы обработки жалоб (СОЖ) как одному из основоположных факторов успешного бизнеса. СОЖ стала неотъемлемой частью маркетинга организаций большинства зарубежных стран и частью их стратегического планирования. В сфере услуг банки вторыми после авиакомпаний обратились к маркетингу и стали активно его использовать. Это было вызвано обострением конкурентной борьбы за клиентов, обусловленной развитием финансового рынка.

В результате усиления конкуренции и увеличения требований клиентов к банковским услугам все большее число банков обращается к системе рассмотрения жалоб, чтобы адаптироваться к изменениям внешней среды и обеспечить успех в конкурентной борьбе.

Специфика маркетинга в банковской сфере определяется тем, что банк реализует на рынке нематериальные услуги. По сути, **банковский продукт** – это комплекс услуг банка по активным и пассивным операциям. Перечень базовых услуг всех банков примерно одинаков, поэтому большое значение для привлечения клиентов, формирования устойчивых связей с клиентами имеют дополнительные услуги, дифференцирующие данный банк, делающие его более привлекательным в глазах потенциальных и актуальных клиентов, в сравнении с конкурирующими банками. Ассортимент дополнительных услуг формируется по мере развития банка за счет введения модифицированных или замены существующих услуг. Причем именно здесь велика роль службы СОЖ, которая на основе анализа причин недовольства клиентов (во взаимодействии с другими системами сбора информации о целевом рынке), должна давать рекомендации о развитии новых услуг, а также оценивать их целесообразность с точки зрения клиентов.

В настоящее время конкуренция на рынке банковских услуг в основном осуществляется за счет **ценовой политики,** а также расширения перечня **дополнительных услуг**. Предоставление **услуг гораздо более высокого качества,** чем у конкурентов – один из основных способов выделиться из себе подобных, а также получить преимущество, которое повлечет за собой увеличение прибыли и расширение клиентуры.

Целевая задача СОЖ как раз и состоит в том, чтобы сузить “разрыв в качестве” между полученным и ожидаемым потребителем обслуживанием. Улучшение качества обслуживания клиентов банка приводит к трем основным результатам:

- увеличение лояльности существующих клиентов, снижение уровня потери клиентов – клиенты остаются с банком дольше;

- увеличение “доли кошелька” клиента в данном банке – клиент тратит больше;

- привлечение новых клиентов – благодаря устным рекомендациям, которые обеспечивают удовлетворенные клиенты.

В конечном счете, эти результаты означают достижение главного результата – увеличения прибыли банка в долгосрочной перспективе.

В качестве вывода следует сказать, что в интересах развития рынка банковских услуг необходимо создать более благоприятные условия для консолидации, слияния и присоединения кредитных организаций. В этих целях предстоит предпринять следующие шаги:

- принять законодательные и нормативные правовые акты, обеспечивающие существенное ускорение и удешевление процедуры реорганизации кредитных организаций путем слияния и присоединения;

- предусмотреть в законодательстве положения, устанавливающие, что право требования досрочного исполнения денежных обязательств имеют только кредиторы – физические лица, если обязательства перед ними возникли до даты объявления кредитными организациями о реорганизации. Требования о досрочном исполнении обязательств, кредитными организациями перед кредиторами – юридическими лицами подлежат удовлетворению, если условия договора кредитору – юридическому лицу предоставлено указанное право.

Такой порядок позволит обеспечить условия для сохранения присоединяющей или созданной в результате слияния или преобразования кредитной организацией ликвидности и платежеспособности.

3.3 Развитие новых банковских услуг

Если коммерческий банк осознает необходимость улучшения качества предоставляемых им услуг целесообразно рассмотреть основные подходы к управлению качеством банковских услуг. Существует два основных направления такой работы: управление качеством при разработке и управление качеством при предоставлении услуг. Приведем этапы разработки новых услуг: определение будущей услуги; спецификация услуги – это основополагающий документ, содержащий основные составляющие и потребительские свойства услуги; спецификация процессов предоставления услуги – документ, определяющий основные этапы работы и ресурсы, гарантирующие предоставление услуги в соответствии с ее спецификацией; спецификация управления качеством – определение ключевых работ, существенно влияющих на качество предоставления услуги; подготовка персонала – основной ресурс, определяющий качество услуги; реклама и продвижение услуги.

В процессе своей деятельности банки должны вести постоянный мониторинг рынка банковских услуг. Основная цель такого мониторинга – получение информации о новых потенциальных услугах и особенностях осуществления услуг другими банками. Результатом анализа этой информации может являться корректировка политики обслуживания клиентов, принятие решения о внедрении новой услуги, изменение тарифной политики. Посредством опроса клиентов других банков и анализа собранного материала определяются потребности потенциальных клиентов в конкретных банковских услугах, а также ожидаемые и предпочтительные параметры стоимости услуг. Проводится предварительная оценка себестоимости предоставления банковских услуг путем учета затрат со стороны банка.

В деле формирования новых услуг, модификации или замене существующих значительная роль отводится службе маркетинга, которая в процессе деятельности банка проводит комплекс исследований рынка, конкурентной базы, с целью определения предпочтений и пожеланий клиентов и на их основе предлагает развитие новых услуг или усовершенствование старых.

Зарубежные банки имеют возможность предоставлять своим клиентам до 300 различных услуг, а, для сравнения, российские коммерческие банки только около 100. Введение каждой новой услуги требует значительных затрат, а олигополистический тип рынка снижает их эффективность из-за молниеносной ответной реакции конкурентов.

Банк может оказывать, например, такие новые виды услуг:

- консультации по вопросам бухгалтерского учета, банковских операций, инвестиционной деятельности, операций с ценными бумагами, валютой и т. д.;

- услуги по работе с наличными деньгами, перерасчет денег, подготовка денег в разменном варианте для выплаты зарплаты, обмен поврежденных денежных знаков, предоставление в аренду технических средств по обслуживанию операций с наличными деньгами;

- работа с кредитными карточками и дорожными чеками;

- инвестиционно-справочные услуги;

- аудиторские услуги;

- факторинговые услуги;

- лизинговые операции;

- прием поручительства и выдача гарантий для третьих лиц;

- хранение, перевозка ценностей;

- проведение бесплатных семинаров для клиентов банка;

- коммунальные платежи;

- страхование жизни и здоровья вкладчиков на сумму депозита;

- бесплатный консалтинг по экономическим и юридическим вопросам и другие дополнительные услуги.

Остановимся на некоторых внедряемых банками новых банковских услугах:

1) Совместное инвестирование. Услуга состоит в том, что банк осуществляет частичное финансирование какого-либо проекта совместно с клиентом в определенной пропорции. Такая схема более удобна клиенту, так как упрощает получение необходимых ресурсов по сравнению с получением кредита. Банк выделяет ресурсы, руководствуясь не столько «кредитной историей» заемщика, сколько Эффективностью и надежностью проекта. И так как клиент вкладывает и свои ресурсы, причем их доля может быть весьма существенна (от 10 до 50%), уровень риска и сама система его оценки будут отличаться от риска при простом кредитовании.

2) Хранение ценностей. Банки стремятся предлагать разнообразные формы этой услуги, в том числе отчасти сейфы совместного использования, предназначенные для облегчения расчетов в наличной форме между физическими лицами. Данная услуга используется при необходимости передачи ценностей или документов от клиента его партнеру (доверенному лицу) через сейф при выполнении оговоренных условий.

3) Консультационные операции. В последнее время консультационные услуги становятся очень востребованы. К основным типам таких услуг можно отнести: налоговое консультирование (от оптимизации налоговых платежей для корпоративных клиентов до помощи в составлении налоговых деклараций для физических лиц), консультирование по международной деятельности, оффшорным операциям, по размещению свободных ресурсов.

4) Обеспечение сделок с недвижимостью. Банки предлагают широкий спектр услуг помимо традиционного ипотечного кредитования. Это правовое обеспечение сделки, ее юридическая проверка, предоставление гарантий, обеспечение расчетов, организация взаимодействия с риэлтерами.

5) Операции с производными ценными бумагами. Такие новейшие финансовые как опционы, фьючерсы, свопы, дают возможность банкам предлагать клиентам инструменты страхования рисков цен основных групп товаров, процентных ставок, курсов валют и ценных бумаг, а также практически неограниченный спектр спекулятивных операций.

6) Лизинговые операции на небольшие суммы. Лизинг в российских условиях воспринимается в основном как операция в особо крупных размерах, тем не менее он еще более востребован в небольших размерах. В случаях покупки торгового оборудования для небольшого магазина или автомобиля для малого предприятия.

7) Доставка наличных средств клиентам. Помимо инкассации торговой выручки бывает востребована услуга, состоящая в срочной или плановой доставке денежных средств в офис клиенту.

8) Интерактивное обслуживание. Клиентам многих банков нет необходимости в его посещении со своими документами, их можно отправить с помощью системы Клиент-Банк по электронным каналам связи, в том числе и по Интернету. Это повышает удобство общения с банком.

Хотелось бы отметить один из стратегических аспектов развития услуг в современных условиях. При работе по развитию услуг следует учитывать, что текущие условия рынка диктуют не только необходимость построения грамотной всесторонней работы по качественному оказанию и продвижению традиционных и новейших услуг, но и заставляет максимально концентрироваться и постоянно совершенствовать технологию оказания услуг с целью достижения максимального удобства для клиента. Этому способствует как технические, так и технологические нововведения в процесс осуществления услуги.

Критический анализ исследований отечественных и зарубежных ученых по проблеме теории банковской услуги показал, что современные тенденции развития мирового хозяйства, основной из которых является глобализация, оказывают большое влияние на банковские услуги. Под воздействием глобализации активизировался процесс интеграции банков в МФС в целях предоставления банковских услуг клиентам. Таким образом, банковская услуга интегрирующегося в МФС банка представляет собой результат интеграции, достигнутый благодаря проведению банковских операций, предполагающих вступление банка в экономические отношения с участниками МФС по поручению клиента, в пользу последнего, за определенную плату.

Анализ международных банковских услуг российских банков показал, что они не предоставляют всего перечня международных банковских услуг своим клиентам, и, соответственно, экономические отношения с участниками МФС не развиты в полной мере. По классификации уровней интеграции банка в МФС российские банки относятся к первым двум уровням интеграции, которые предполагают предоставление несложных международных банковских услуг. В рамках этих уровней российские банки вступают в экономические отношения с иностранными банковскими структурами, с экспортным агентствами, иностранными партнерами клиентов и другими участниками МФС. Международные банковские услуги, характерные для более высоких уровней интеграции в МФС (организация выпуска акций, облигаций и других ценных бумаг и их размещение на международных финансовых рынках, секьюритизация клиентских активов, организация еврооблигационных займов и синдицированных кредитов для своих клиентов в качестве лид-менеджеров), российские банки не предоставляют. Отсутствие данных услуг в ассортименте российских банков и большая их значимость для отечественного банковского дела определяет перспективы развития международных банковских услуг отечественных банков: использование опыта ведущих иностранных банков по организации международных корреспондентских отношений; предоставление международных банковских услуг по развитию международных торговых операций клиентов; развитие международных инвестиционных банковских услуг; внедрение услуг по секьюритизации внешних валютных поступлений крупных экспортно-ориентированных компаний нефтяной, газовой, металлургической, лесоперерабатывающей отраслей; использование мирового опыта по размещению облигаций и акций клиентов российских банков на мировых финансовых рынках. В этой связи необходимо выделение в организационной структуре российского банка подразделения, ответственного за развитие международных банковских услуг. Задачами, которого являются координация деятельности на мировых рынках, развитие международных банковских услуг, повышение эффективности международных денежных потоков, развитие отношений с рейтинговыми агентствами, приведение финансовой отчетности банка в соответствие с международными стандартами, развитие отношений с иностранными банками. Выделение данного подразделения позволит укрепить существующие экономические отношения, установить новые с участниками МФС и таким образом ускорить интеграцию отечественных банков в МФС.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог данной работы, хотелось бы ещё раз отметить, что банковская услуга – это имеющийся у банка комплекс услуг, которые он оказывает с целью удовлетворения потребностей клиентов В настоящее время в российской практике банки могут предоставить лишь 100 услуг, американские банки для примера предлагают своим клиентам порядка 300 услуг. Большинство российских услуг не являются для банка рентабельными. Но их присутствие в корзине банковских услуг необходимо, прежде всего, для того чтобы, привлечь новых клиентов и удержать старых. Немаловажно иметь ввиду, что не все операции, оказываемые различными коммерческими банками, присутствуют и используются конкретным банковским учреждением. Однако, имеется определенный базовый набор услуг, без которых банк не может существовать и нормально функционировать таких как: прием депозитов, осуществление денежных платежей и расчетов, выдача кредитов. И это является неотъемлемой составляющей коммерческих банков всех развитых стран. Наблюдается определенная направленность на более доходные операции.

В России, как и во многих странах с рыночной экономики коммерческие банки особое значение уделяют депозитным и кредитным операциям. Это объясняется тем, что депозиты формируют основные ресурсы банков, которые за тем распределяются в другие сегменты рынка, тем самым, образуя новые банковские услуги. Кредитные операции, как и депозитные, в деятельности коммерческих банков присутствовали всегда с момента зарождения первого банка. А с переходом на рыночные отношения кредиты стали играть первоочередную роль в деятельности коммерческого банка, так как этот вид услуг приносит наибольшую доходность (около 60%) по сравнению с другими видами услуг.

В настоящее время имеют наибольшую ценность услуги по своевременному проведению расчетных операций между покупателем и продавцом, а также услуги, которые способствую ускоренному проведению расчетов, за счет отказа от использования наличных денег, такие как использование чеков, векселей, кредитных и зарплатных карт.

Повышение доходности работы банков на современном этапе развития могут дать услуги, которые обеспечивают улучшение комплексного расчетно-кассового обслуживания клиентов, проведение операций с ценными бумагами, развития операций с наличной иностранной валютой, страховые, лизинговые услуги. Важным резервом в экономии затрат банка является осуществление мероприятий по компьютеризации банковских операций.

Особое значение для банка имеет правильное определение стоимости банковских услуг. Оптимальным ориентиром при установлении комиссионных платежей должны быть затраты на банковские операции и цены, сложившиеся на рынке данного вида услуг. В настоящее время размер платы может устанавливаться по абонентному принципу за комплекс услуг, оказываемых в определенном договорном порядке.

Таким образом, сила банка в обдуманной стратегии: он должен быть не большим, универсальным, надежным, и самое главное – рентабельным.

Для этого необходимо диверсифицировать услуги, предлагаемые банком, искать своего клиента и тщательно изучать его потребности – ведь зачастую секрет успеха кроется как раз в нетрадиционной подаче самых обычных услуг: в культуре общения, заботе о клиенте, предоставлении ему необходимых и своевременных консультаций, рекомендаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 02 декабря 1990 г. № 395–1 «О банках и банковской деятельности» // Собрание Законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 6. – ст. 492

Научная и учебная литература

1. Адибеков М.Г. Кредитные операции: классификация, порядок привлечения и учёт. – М.: Консалт-банкир, 2000. – 318 с.
2. Банковское дело / Под ред. Г.Г. Коробовой. – М: Юристъ, 2002. – 450 с.
3. Банковское дело / Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 635с.
4. Банковские операции: Учётно–ссудные операции и агентские услуги банков / Под ред. О.И.Лаврушина. – М.: Инфра–М, 2000. – 640 с.
5. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 610 с.
6. Бондарева Ю.Л. Конкуренция на рынке банковских услуг // Банковское дело. – 2009. – № 1. – С. 9 – 14.
7. Викулин А.Ю. Определение себестоимости и установление тарифов на банковские услуги // Банковские технологий. – 2010. – № 4. – С. 56 – 57.
8. Виноградова Т.Н. Банковские операций. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 379 с.

10. Галактионов B.C. Перспективы развития Интернет-банкинга в России // Финансист. – 2000. – № 7. – С. 74 – 75.

11. Грачёва Н.А. Электронные банковские услуги: особенностями управление рисками // МЭиМО. – 2002. – № 11. – С. 39 – 47.

12. Гойденко Ю.Н. Стратегия ценообразования в коммерческом банке // Деньги и кредит. – 2009. – № 6. – С. 14 – 17.

1. Головин Ю.В. Банки и банковские услуги в России: вопросы теории и практики. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 440 с.
2. Емельянов И.К. Новые технологии розничного рынка банковских услуг // Аналитический банковский журнал. – 2009. – № 2. – С. 63 – 66.
3. Жуков Е.Ф. Банки и банковские операции. – М.: Банки и биржи, 2001. – 480 с.
4. Зеленский Ю.Б. К вопросу сущности банковской услуги // Банковские услуги. – 2009. – № 8. – С. 2 – 8.
5. Иванов А.Н. Банковские услуги: зарубежный и российский опыт. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 520 с.
6. Королёв О.П. Анализ процентной прибыли коммерческого банка // Деньги и кредит. – 2009. – № 6. – С. 44 – 50.
7. Калинина Е.В. Услуги российских коммерческих банков на
современном этапе // Банковские услуги. – 2009. – № 9. – С. 35 – 39.
8. Комаров Е.А. Банковский маркетинг // Управление персоналом. – 2009. – № 10. – С. 21 – 22.
9. Кнорринг В.И. Искусство управления. – М.: БЕК, 2000. – 290 с.
10. Куршакова Н.Б. Маркетинговые исследования регионального рынка банковских услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2009. – № 6. – С. 19 – 25.
11. Миркин Я.М*.* Банковские операции. – М.: Инфра-М, 2000. – 320 с.
12. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: реинжиниринг процессов обслуживание клиентов // Бизнес и банки. – 2009. – № 6. – С. 6 – 8.
13. Молчанов А.В. Коммерческий банк в современной России: Теория и практика. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 458 с.
14. Мирецкий А.П. О сущности банковских услуг и банковских продуктов // Вестник СГСЭУ. – 2010. – № 4. – С. 64 – 66.
15. Макарова Г.Л. Система банковского маркетинга. – М.: Финстотинформ, 1999. – 110 с.
16. Маркова, В.Д. Маркетинг услуг. – М: Финансы и статистика, 2009. – 223 с.
17. Максутов Ю.Г. Ценообразование на кредитные продукты – составляющая кредитной политики коммерческого банка // Финансы. – 2010. – № 3. – С. 24 – 27.
18. Мехряков В.Д. О развитие российского рынка банковских услуг // Финансы. – 2010. – № 6. – С. 65 – 67.
19. Маркетинг услуг / Под ред. Марковой В.Д. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 127 с.
20. Менеджмент и маркетинг в банках. / Под ред. Жукова Е.Ф. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2000. – 191 с.
21. Нестерова Т.Н. Банковские операции. – М.: Инфра-М, 2001. – 480 с.
22. Полушкин В.Ю. Анализ доходности коммерческого банка // Бухгалтерия и банки. – 1998. – № 3. – С. 7 – 19.
23. Росс А.Н. Розничные банковские услуги // Аналитический банковский журнал. – 2009. – № 6. – С. 70 – 75.
24. Ребельский Н.М. Конкуренция на рынке банковских услуг // Бизнес и банки. – 2001. – № 2. – С. 1 – 3.
25. Рудакова О.С. Банковские электронные услуги // Банки и биржи. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 450 с.
26. Современный маркетинг / Под ред. В.Е. Хруцкого. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 290 с.
27. Степанов С.А. Банковские услуги по Интернету: граница применения новых возможностей // Финансист. – 2003. – № 2. – С. 6 – 79.
28. Слепнёва Т.А. Цены и ценообразования: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2001. – 240 с.
29. Смородинов О.В. Маркетинг банковских услуг для частных клиентов // Банковские технологии. – 2010. – № 2. – С. 26 – 28.
30. Ситнин А.В. Управление банком. – М.: АО «Менатеп-Информ», 2001. – 536 с.
31. Тамбовцев В. Л. Инновационная активность российских банков // Экономический альманах. – 2010. – № 2. – С. 15 – 19.
32. Тютюнник А.К. Управление качеством // Банковские технологии. – 2009. – № 1. – С. 12 – 19.
33. Управление деятельностью коммерческого банка / Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Юристъ, 2005. – 688 с.
34. Усоскин В.М. Современные коммерческие банки. Управление и операции. – М.: Банки, 2001. – 450 с.
35. Уткин Э.А., Морозова Г.И., Морозова Н.И. Инновационный менеджмент. – М.: АКАЛИС, 2002. – 540 с.
36. Халуев К.Л. Маркетинг банковских услуг через Интернет // Маркетинг. – 2010. – № 1. – С. 48 – 51.
37. Черкасов В.Е. Банковские операции: маркетинг, анализ, расчёты. – М.: Метаинформ, 2001. – 720 с.
38. Шкаровский, С.И. Маркетинговые стратегии управления филиалом коммерческого банка // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 6. – С. 46 – 49.
39. Шапоренко О. А. Учёт и налогообложение банковских услуг // Бухгалтерская газета. – 2000. – № 48. – С. 2 – 6.
40. Ширинская Е.Б. Операции коммерческих банков. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 480 с.

53. Шулькова Н.Н. Повышение качества банковских услуг, предоставляемых корпоративным клиентам // Банковские услуги. – 2010. – № 7. – С. 15 – 19.