**Содержание**

Введение

1. Современное управление кредитованием физических лиц

1.1 Кредитование физических лиц в России - экономическая сущность и современное состояние

1.2 Современные проблемы правового регулирования банковского кредитования физических лиц

1.3 Судебная практика взыскания задолженности по кредитам физических лиц

2. Корпоративное кредитование в России

2.1 Кредитование корпоративных клиентов

2.2 Актуальные вопросы мониторинга корпоративных клиентов коммерческих банков

2.3 Международная банковская практика оценки корпоративных клиентов

Заключение

Список литературы

Приложение. Уровни системы внутреннего контроля кредитного механизма коммерческих банков

# Введение

Актуальность проблем управления кредитованием в коммерческом банке обусловлена следующими положениями. Вступление России в рынок в значительной мере связано с реализацией потенциала кредитных отношений, поэтому одним из обязательных условий формирования рынка является коренная перестройка денежного обращения и кредита. Главная задача - максимальное сокращение централизованного перераспределения денежных ресурсов и переход к преимущественно горизонтальному их движению на финансовом рынке. Создание финансового рынка предполагает принципиальное изменение роли кредитных институтов и повышение роли кредита в системе экономических отношений. Переход России к рыночной экономике, повышение эффективности ее функционирования, создание необходимой инфраструктуры невозможно обеспечить без использования и дальнейшего развития кредитных отношений.

Кредит стимулирует развитие производительных сил, ускоряет формирование источников капитала для расширения воспроизводства на основе достижений научно-технического прогресса. Без кредитной поддержки невозможно обеспечить быстрое и цивилизованное становление хозяйств, предприятий, внедрение других видов предпринимательской деятельности на внутригосударственном и внешнем экономическом пространстве.

В условиях общей экономической нестабильности в последнее время наблюдается рост просроченных обязательств по потребительским кредитам. Банковское сообщество впервые столкнулось с массовой неспособностью населения возвращать ссуды.

Сокращение персонала и снижение заработной платы оказывают негативное влияние на динамику задолженности по кредитам физических лиц: по данным Банка России, за три квартала 2009 г. она выросла на 32%. Банкиры ожидают усиления негативной тенденции в 2010 г.

Невозвраты по кредитам существуют и в условиях стабильной экономической ситуации, но связаны они главным образом с нежеланием обслуживать долг. На сегодняшний день неспособность людей платить по ссудам связана с отсутствием доходов. Ситуация усугубляется тем, что на некоторые семьи приходится несколько кредитов. Сегодня у таких заемщиков, особенно лишившихся дохода, возникает просроченная задолженность одновременно перед несколькими банками.

Целью работы является изучение проблем управления кредитованием корпоративных клиентов и физических лиц.

Для достижения этой цели в ходе работы должны быть решены следующие задачи:

- Рассмотреть теоретические основы кредитования физических лиц в России – экономическую сущность и современное состояние;

- Определить современные проблемы правового регулирования банковского кредитования физических лиц;

-Проанализировать судебную практику взыскания задолженности по кредитам физических лиц;

-Рассмотреть актуальные вопросы мониторинга корпоративных клиентов коммерческих банков;

-Дать характеристику международной банковской практики оценки корпоративных клиентов.

Объект работы – кредитная политика коммерческого банка. Предмет исследования – система управления кредитованием физических лиц и корпоративных клиентов.

Структура работы включает в себя введение, две главы, заключение, список литературы.

# 1. Современное управление кредитованием физических лиц

#

# 1.1 Кредитование физических лиц в России – экономическая сущность и современное состояние

Кредитные операции - это отношения между кредитором и дебитором (заемщиком) по поводу предоставления (получения) во временное пользование денежных средств, их возврата и оплаты. При этом имеется в виду именно содержание действий участников отношений, прежде всего банковских работников.

Современный этап развития банковского бизнеса характеризуется значительным увеличением объема розничных банковских услуг, под которыми понимаются операции обслуживания физических (частных) лиц.[[1]](#footnote-1) Для завоевания устойчивых позиций на кредитном рынке банку необходимо решить задачи создания уникальных кредитных продуктов, эффективной оценки кредитоспособности заемщика, улучшения качества обслуживания клиента. Реализация этих задач возможна адекватной информационной системой банка.

Все большее число банков заявляет о своем выходе на ритейловый рынок, т.е. на рынок обслуживания физических лиц. Объективными предпосылками этой тенденции являются падение рентабельности работы с юридическими лицами, закрепление доходных клиентов за "определенными" банками. Но, выходя на новый рынок, банк должен выбрать правильную стратегию работы на нем, обеспечивающую получение максимальной прибыли. Основными направлениями банковского обслуживания физических лиц следует считать кредитование и прием различных платежей.

За последние три года объем рынка кредитования населения в России удвоился. Большинство банков, развивающих различное кредитование, рассматривают его не только как средство получения прибыли, но и как стратегическое направление завоевания рынка розничных банковских услуг. Для достижения последнего используются различные пути. Один из них - понижение процентной ставки; другой - снижение критериев оценки потенциальных заемщиков. Однако использование этих путей приводит к снижению доходности и увеличению риска кредита. Размещая средства в кредиты, банкам следует проявлять большую осторожность. Расходуя имеющиеся ресурсы, темпы роста которых меньше темпов увеличения ссудной задолженности, банк может оказаться в кризисной ситуации. Для преодоления возможных неблагоприятных последствий и для завоевания устойчивых позиций на рынке розничного кредитования банку необходимо решить ряд задач, таких как: создание уникальных кредитных продуктов, разработка новых методов оценки кредитоспособности заемщиков, улучшение качества обслуживания клиента с целью его "удержания".

Кредитный продукт состоит из набора условий, комбинация которых определяет результат его использования для банка - обеспечение возвратности и доходности кредита.[[2]](#footnote-2)

Самый простой способ достижения этого результата - эффективное управление процентными схемами предоставления кредита. Например, увеличение процентной ставки по времени пользования средствами клиента стимулирует ранний срок возврата кредита. В связи с этим в схеме кредитования следует предусмотреть льготный период (например, месяц), когда проценты за кредит либо не начисляются, либо начисляются по "мизерной" ставке. Второй способ обеспечения возвратности и доходности кредита - управление штрафами. Они должны быть дифференцированы по различным группам клиентов. Как показывает зарубежный опыт, доход банков от кредитования по пластиковым картам распределяется следующим образом: 30% - доход от получения процентов за кредит и 70% - доход от получения штрафов за просрочку платежей.

С развитием новых видов кредитования (ипотечного, автомобильного и др.) методом снижения рисков и гарантированности возвратности кредита является страхование имущества, принимаемого в обеспечение кредита, или жизни заемщика. Некоторые банки создают совместные кредитные продукты со страховыми компаниями. При этом на страховую компанию возлагается продажа продукта, анализ кредитоспособности заемщика и принятие решения о возможности выдачи кредитов под гарантии компании. Страховая компания передает в банк сводные данные о выданных за день кредитах, собирает данные о платежах в погашение ссуд и передает информацию для проведения операций по соответствующим счетам банка. Такой совместный кредитный продукт обеспечивает высокую возвратность кредита, так как гарантом являются счета страховой компании.

В сфере ипотечного кредитования возможно сотрудничество с риелторскими и страховыми компаниями.

Подобная интеграция создает предпосылки для расширения банковского обслуживания, при котором банк наряду с традиционными услугами продает услуги компаний-партнеров.

Большую роль в обеспечении возвратности кредитов играет оценка кредитоспособности заемщика. В настоящее время применяется множество различных методик расчета кредитоспособности клиента, отличающихся используемой информацией, показателями кредитного риска и т.д.

Современная система, обеспечивающая эффективную оценку кредитоспособности заемщика, должна решать следующие основные задачи:[[3]](#footnote-3)

- расчет рисков дефолтов, убытков и досрочного погашения;

- анализ кредитных сделок с несколькими созаемщиками и поручителями;

- восстановление доходов по социально-демографическим характеристикам заемщика;

- учет множества источников дохода;

- восстановление реальных доходов по собственности заемщика;

- учет залогового качества основного и дополнительного обеспечения и его динамика во времени;

- генерация отчетов по результатам скоринга с обоснованием принятого решения о кредитоспособности.

Возвратность кредита зависит также от развития инфраструктуры сбора платежей по ссудам. В настоящее время возможны такие направления развития инфраструктуры сбора платежей, как использование пластиковых карт, на которых размещены платежные приложения по управлению депозитными и кредитными средствами. Применение мобильных телефонов для банковского обслуживания позволяет банку предъявлять клиенту счета для погашения ссуды, информировать его об использовании кредитной линии.

# 1.2 Современные проблемы правового регулирования банковского кредитования физических лиц

В современных экономических условиях банковское кредитование физических лиц развивается опережающими темпами. Существующие в указанной области правовые проблемы становятся все более острыми.

Так, например, действующее законодательство не содержит обязанности кредитных организаций предоставлять физическим лицам информацию о годовых процентных ставках банковского кредитования потребителей по регионам и публиковать эту информацию. Осуществление такой обязанности должно быть возложено на Банк России путем внесения изменений в ФЗ "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)".

Заметим, что и для банков подобный вид кредитования становится высокорискованным. В целях минимизации кредитного и иных банковских рисков банки вынуждены увеличивать ставки по потребительским кредитам.

Рост объемов банковского кредитования преимущественно за счет расширения объемов высокорискованных операций, к числу которых относится и потребительское кредитование, "может в перспективе негативно сказаться как на устойчивости банков, так и на издержках кредитования, которые придется нести конечным заемщикам"

Федеральным законом не урегулированы вопросы определения цены кредита для рекламных целей, что приводит к сложностям выбора физическими лицами наиболее выгодного предложения и затрудняет развитие конкуренции на рынке банковского кредитования физических лиц.

Существующие общие нормы о кредитовании не учитывают специфику банковского кредитования физических лиц, а некоторые неточности в их формулировании приводят к различному их толкованию и проблемам в правоприменительной практике, что также негативно сказывается на развитии указанного рынка банковских услуг.

В то же время заметим, что не без участия банковского сообщества, и наших исследований в том числе, законодательство о банковском кредитовании физических лиц все более совершенствуется.

Так, с 12 июня 2008 г., согласно вступившим в силу изменениям в ст. 30 Федерального закона "О банках и банковской деятельности", кредитная организация обязана до заключения кредитного договора с заемщиком - физическим лицом (либо до изменения условий договора) предоставить заемщику информацию о полной стоимости кредита. В расчет полной стоимости кредита должны включаться платежи заемщика по кредиту, связанные с заключением и исполнением кредитного договора, в том числе платежи в пользу третьих лиц, если в договоре определены такие лица. Банк обязан в кредитном договоре указать комиссию, штрафы и иные выплаты ясными и четкими формулировками. Помимо этого, банк должен предоставлять физическому лицу информацию о полной стоимости кредита, а также перечень и размеры платежей, которые он обязан выплатить в случае нарушения этого договора. Под полной стоимостью кредита в Федеральном законе понимаются все расходы заемщика, связанные с получением, обеспечением и обслуживанием кредита.

Тем самым можно оценить нововведение как повышающее прозрачность рынка отечественного потребительского кредитования и усиливающее ответственность кредитных организаций.

Изменения в банковском законодательстве будут способствовать существенному изменению судебной практики.

Все исследования в данной области привели нас к выводу о том, что и иные проблемы в сфере банковского кредитования физических лиц и индивидуальных предпринимателей могут быть разрешены в случае принятия специального федерального закона, регулирующего данную деятельность на государственном уровне, неоднократные попытки принятия которого до настоящего времени так и не увенчались успехом.

Таким образом, системный анализ нормативных правовых актов, изучение зарубежного опыта, выявление правовых проблем в области кредитования позволят усовершенствовать действующее законодательство и могут гарантировать защиту прав и интересов потребителей, возникающих между банками и физическими лицами по вопросу предоставления банками кредитов физическим лицам и их возврата.[[4]](#footnote-4)

# 1.3 Судебная практика взыскания задолженности по кредитам физических лиц

Вопрос взыскания задолженности по кредитам физических лиц - обеспечения исковых заявлений - не теряет своей актуальности.

В последние годы резко увеличилось число выдаваемых кредитов, и как следствие - встает вопрос о необходимости их возврата, в том числе и с использованием судебного производства.

Судебное взыскание задолженности для кредитной организации актуально, прежде всего, с позиции реального его исполнения. Однако практика российского судопроизводства в настоящее время такова, что реальное взыскание без предварительного обеспечения исковых требований взыскателя практически невозможно.

В соответствии со ст. 139 ГПК РФ по заявлению лиц, участвующих в деле, судья может принять меры по обеспечению иска. Обеспечение иска допускается во всяком положении дела, если непринятие мер по обеспечению иска может затруднить или сделать невозможным исполнение решения суда.

Согласно п. п. 1 и 2 ч. 1 ст. 140 ГПК РФ обеспечительной мерой может быть наложение ареста на имущество, принадлежащее ответчику и находящееся у него или других лиц, а также запрет на совершение определенных действий ответчиком.

Но и при обеспечении исковых требований путем наложения ареста на имущество должника имеется немало практических проблем.

Наиболее распространенный и широко применимый способ обеспечения исковых требований - это наложение ареста на имущество должников. Как показывает практика, заявления об обеспечении иска подаются и удовлетворяются в большинстве своем в том случае, если заявителю (или истцу, взыскателю) известно о наличии соответствующего имущества у должника. Более того, суды удовлетворяют заявления об обеспечении исковых требований, когда заявитель (истец, взыскатель) может подтвердить факт наличия соответствующего имущества у должника.

Однако на практике кредитная организация не имеет такой возможности. В этой связи суды отказывают кредитной организации в наложении ареста на имущество в связи с отсутствием документов, подтверждающих наличие соответствующего имущества у должника. Устранить такую ситуацию можно несколькими способами.

Один из таких способов - при заключении кредитного договора получение от заемщика информации о наличии соответствующего имущества, подтвержденной документально, в том числе нотариально заверенными копиями свидетельств о праве собственности на объекты недвижимости, на автотранспорт и пр. Данный способ достаточно трудоемкий и отнимает много времени. Более того, сбор такой информации может привести к оттоку заемщиков у кредитной организации.

При взыскании задолженности по кредиту физических лиц кредитная организация подает заявление о наложении ареста на имущество, находящееся по месту жительства ответчика. Кредитная организация предполагает, что по месту жительства (фактической регистрации) заемщика имеются предметы домашнего обихода, бытовая техника и иное имущество, на которое может быть наложен арест в обеспечение исполнения обязательств заемщика. Такая позиция находит свое подтверждение в судебной практике.

Так, в п. 16 Постановления Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 N 55 "О применении арбитражными судами обеспечительных мер" указано следующее: "Суд вправе принять обеспечительные меры в виде ареста имущества ответчика, установив общую сумму стоимости имущества, подлежащего аресту, тогда как конкретный состав имущества, подлежащего аресту, может определяться судебным приставом-исполнителем в соответствии с требованиями Федерального закона "Об исполнительном производстве".

Таким образом, вполне правомерно заявлять требования о наложении ареста на имущество, не индивидуализируя это имущество. Более того, развивая мысль, изложенную в вышеуказанном Постановлении ВАС РФ, возможно, на наш взгляд, просить суд о наложении ареста на имущество ответчика, "в чем бы оно ни выражалось и где бы оно ни находилось, за исключением того имущества, на которое не может быть наложен арест по закону".

Однако такая позиция разделяется далеко не всеми судами и судьями. Основная причина, по которой суды не удовлетворяют такого рода заявления об обеспечительных мерах, - это риск ущемления интересов ответчика и третьих лиц. Рассмотрим практическую ситуацию по данному вопросу.

Определением суда был наложен арест на имущество должника Б., которое находится по месту его жительства. Судебный пристав-исполнитель арестовал имущество. Отец ответчика подал в суд заявление об исключении имущества из описи, где ответчиком выступали как судебный пристав-исполнитель, так и кредитная организация. Судом требования об исключении имущества из описи были удовлетворены.

При решении вопроса об обеспечении иска кредитные организации стремятся наложить арест на ликвидное имущество. При этом автотранспорт, принадлежащий заемщикам, является, безусловно, таким ликвидным имуществом. Рассмотрим проблему, связанную с наложением ареста на данное имущество.

Судебная практика по указанному вопросу далеко не однозначна. Так, некоторые суды отказываются накладывать арест в том случае, если кредитная организация не подтвердит факт принадлежности автотранспорта ответчику. Другие суды самостоятельно по ходатайству истца делают соответствующий запрос в органы ГИБДД.

Как показывает практика работы кредитных организаций в Центрально-Черноземном регионе, органы ГИБДД в большинстве случаев отказываются предоставлять официальную информацию, подтверждающую факт принадлежности имущества должнику, что обусловлено техническими причинами.

Примечательно, что в своих отказах органы ГИБДД ссылаются на п. 56 Приказа МВД России от 27.01.2003, где указано, что информация о наличии транспортных средств у граждан выдается на основании письменного запроса лишь указанным в этом пункте Приказа государственным органам, к числу которых кредитная организация не относится. Однако названная подзаконная норма противоречит законодательству (п. 4 ст. 29 Конституции РФ; п. 2 ст. 3 и п. 5 ст. 8 Федерального закона от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации").

Помимо указанного Приказа полномочия УГИБДД ГУВД по учету автомототранспортных средств установлены:

- Федеральным законом от 10.12.1995 N 196-ФЗ "О безопасности дорожного движения" (п. 3 ст. 15);

- Указом Президента РФ от 15.06.1998 N 711 "О дополнительных мерах по обеспечению безопасности дорожного движения" (пп. "в" п. 11);

- Постановлением Правительства РФ от 12.08.1994 N 938 "О государственной регистрации автомототранспортных средств и других видов самоходной техники на территории Российской Федерации" (п. 2).

Ни один из указанных актов не содержит норм об ограничении доступа к информации о зарегистрированных транспортных средствах.

Таким образом, отказ УГИБДД в предоставлении информации о зарегистрированных автотранспортных средствах является незаконным, так как не соответствует п. 4 ст. 29 Конституции РФ, п. 2 ст. 3 и п. 3 ст. 8 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".

В некоторых регионах сложилось следующее мнение судей по обеспечению исков: если арестовывается имущество одного из ответчиков (самого заемщика), то нецелесообразно обеспечивать иск еще и наложением ареста на имущество других ответчиков (поручителей). Более того, считается, что, налагая арест на имущество поручителей в обеспечение иска, тем самым ограничивают их права.

Так, банк обратился с иском <1> о взыскании задолженности по кредитному договору с С. (заемщик), Ц. и Т. (поручители). В целях обеспечения иска банк заявил ходатайство о наложении ареста на имущество С., Ц., Т., находящееся по месту их проживания, а также на автомобиль ВАЗ-2106, зарегистрированный на Ц., и на имеющиеся в банке счета, а также автомобиль ГАЗ-31029, зарегистрированный на Т.

Изучив заявление истца, суд посчитал его подлежащим удовлетворению лишь частично, ссылаясь на то, что меры по обеспечению иска должны быть непосредственно связаны с предметом спора, соразмерны заявленным требованиям, в обеспечение которых они принимаются, необходимыми и достаточными для исполнения судебного акта.

В результате суд наложил арест только на имущество С., находящееся по месту его регистрации. При этом суд признал, что мера по обеспечению иска - наложение ареста на имущество С., который является стороной кредитного договора, соразмерна заявленному истцом требованию. В данном случае суд посчитал излишней необходимость наложения ареста на имущество поручителей, так как уже наложен арест на имущество самого заемщика.

Как видно из указанного дела и иных аналогичных дел, которых немало, суд прежде всего исходит из необходимости удовлетворить требования взыскателя за счет имущества самого заемщика, и только при отсутствии такого имущества взыскивать задолженность с поручителей.

Указанная позиция влияет и на возможность обеспечения требований за счет имущества поручителей. Одновременно такая позиция не находит поддержки в действующем законодательстве и ущемляет интересы взыскателя.

Определенный интерес представляет проблема ареста денежных средств, находящихся на вкладе. Проблема списания денежных средств со вклада должника при возникновении просрочки по кредитному договору имеет определенный теоретический и одновременно практический интерес. Теоретический интерес обусловливается решением вопроса о том, имеет ли право кредитная организация списать денежные средства, находящиеся на вкладе должника, если вкладчик одновременно является должником той же кредитной организации по кредитному договору.

# 2. Корпоративное кредитование в России

#

# 2.1 Кредитование корпоративных клиентов

Одной из необходимых составляющих существования и дальнейшего развития корпоративного предпринимательства в России является доступность и действительная возможность получения кредитных ресурсов.

Развитый корпоративный бизнес - это ключ к экономическому процветанию и социальному благополучию страны. Это важнейший фактор, влияющий на повышение рождаемости, занятости и доходов населения. В зарубежных странах с успешной экономикой на этот сектор приходится основная доля налоговых отчислений и значительная часть внутреннего валового продукта - до 50 - 70 процентов.

Потребность корпоративоного предпринимательства в заемных средствах постоянно растет, например, в 2008 г. она оценивалась в 700 - 800 млрд. рублей. Реально же кредитов было выдано на сумму 250 млрд., что составляет 30 процентов от необходимого объема. По оценкам экспертов, объемы кредитования такого предпринимательства в России смогут догнать объемы кредитования в развитых странах не ранее чем через 15 лет. При этом заемные средства могут быть использованы на различные цели: пополнение оборотных средств, приобретение торгового, производственного или офисного оборудования, ремонт торговых и производственных площадей, приобретение автотранспорта или объектов недвижимости, расходы по капитальному и (или) текущему ремонту помещений, приобретение лицензионного программного обеспечения и др.

Финансовый кризис ухудшил ситуацию на этом сегменте. Государством основные усилия (1 трлн. рублей) направлены на оказание финансовой поддержки "флагманам" экономики. Тем временем эта сфера кредитования сокращается.

Обеспечение финансовыми ресурсами посредством кредитования представляется возможным в большей степени для лиц, имеющих финансовую устойчивость и занимающих стабильное положение на рынке товаров, работ, услуг. Российское предпринимательство существует чуть более двадцати лет, и устойчивых, действительно успешных корпоративных предпринимателей, имеющих сложившуюся репутацию и кредитную историю, не так уж и много. Предоставлению же кредита предшествует большая подготовительная работа, направленная на получение максимально полной информации о потенциальном клиенте - заемщике. [[5]](#footnote-5)

Отсутствие ликвидного залога (недвижимости, транспорта, оборудования и др.) - еще одна из серьезных причин, препятствующих получению кредита. Оптимальным для банка залогом являются недвижимость, автотранспорт и оборудование. По всем видам залогов значительно увеличен дисконт - с докризисных 15 - 25 процентов до 50 - 70 процентов.

Однако возможность получить кредит без залогового обеспечения все же существует. Ряд банков выдают кредиты без залога. Гарантией возврата кредита служит поручительство генерального директора предприятия или собственника.

Развитие института кредитования корпоративных клиентов - процесс достаточно сложный, успех которого зависит от последовательной реализации действенных мер всестороннего характера и направленности. К мерам, направленным на развитие кредитования следует отнести: совершенствование системы оценки платежеспособности; создание новых кредитных программ; снижение процентных ставок; улучшение условий кредитования, в том числе внедрение стандартизированных процедур, позволяющих снизить себестоимость операций по кредитованию и сократить срок рассмотрения заявок; снижение кредитных рисков путем применения различных схем гарантирования и обеспечения кредитов; совершенствование нормативных требований Банка России (что позволит снизить процентные ставки по кредитам); расширение субсидирования процентной ставки по кредитам; осуществление мер, направленных на повышение прозрачности деятельности субъектов такого предпринимательства; развитие инфраструктуры поддержки.

# 2.2 Актуальные вопросы мониторинга корпоративных клиентов коммерческих банков

В условиях жесткой конкуренции банки приходят к пониманию, что важно не только увеличивать количество корпоративных клиентов, но и располагать информацией о них. В этом смысле проведение мониторинговых наблюдений следует рассматривать как необходимое условие обеспечения конкурентоспособности банка и как инструмент управления клиентскими отношениями. В проведении мониторинга корпоративных клиентов заинтересованы как коммерческие банки, так и Банк России.

Необходимость проведения мониторинга корпоративных клиентов обусловлена, во-первых, той особой ролью, которую банки играют в хозяйственной жизни общества. Выполнение банками функции посредника между хозяйствующими субъектами - предприятиями различных форм собственности оказывает влияние на объем и структуру денежной массы, тем самым активное воздействие оказывается на общую экономическую конъюнктуру. Между банками и их клиентами должны устанавливаться особые отношения, основанные на полном доверии к банковской системе, ибо только в этом случае можно обеспечить стабильное выполнение банковской системой функций по привлечению и перераспределению временно свободных средств в обществе. Только тогда коммерческие банки могут реализовать свои экономические интересы - получать в процессе своей деятельности необходимую прибыль.

Понятие "банковский мониторинг корпоративных клиентов" можно определить как систему мероприятий по осуществлению постоянного наблюдения за деятельностью корпоративных клиентов, сбору и систематизации данных об их финансовом состоянии для оценки текущего положения дел в реальном секторе экономики и, соответственно, банковской сфере, прогнозирования их развития на перспективу. Мониторинг корпоративных клиентов в широком смысле необходимо осуществлять для решения вопросов развития отношений банка с корпоративными клиентами.

Очевидно, что в проведении мониторинга корпоративных клиентов заинтересованы и коммерческие банки, и Центральный банк Российской Федерации. Безусловно, задачи, методы, инструменты, направления, а также структура организации и охват сегментов при этом с позиций той и другой стороны будут различными.

В основу классификации клиентского мониторинга могут быть положены следующие признаки:

- характер изучаемых объектов;

- методы проведения мониторинга;

- пространственные масштабы проводимых мониторинговых исследований:

а) мониторинг отдельно взятого корпоративного клиента:

- мониторинг отдельно взятого потенциального корпоративного клиента;

- мониторинг отдельно взятого реального (обслуживаемого) корпоративного клиента;

б) мониторинг группы корпоративных клиентов (в зависимости от выбранных критериев):

- мониторинг потенциальной группы корпоративных клиентов;

- мониторинг реального (обслуживаемого) корпоративного клиента.

Мониторинг корпоративных клиентов, проводимый коммерческими банками, структурно может быть представлен, по нашему мнению, следующими основными блоками:

1) наблюдение и сбор информации о корпоративном клиенте;

2) оценка текущего состояния корпоративного клиента;

3) составление прогноза состояния корпоративного клиента;

4) оценка прогнозируемого финансового состояния и перспектив сотрудничества с клиентом;

5) принятие управленческих решений по дальнейшему взаимодействию банка и клиента.

Мониторинг корпоративных клиентов, проводимый коммерческими банками, весьма специфичен, поскольку должен проводиться по двум основным направлениям: исследование и изучение потенциальных и реальных (уже обслуживаемых) корпоративных клиентов.

Проведение мониторинга работающих клиентов преследует реализацию следующих целей:

- при наличии у клиента счетов в других коммерческих банках - выявление структуры, периодичности и значимости платежей (оборотов);

- при проведении только расчетно-кассовых операций - анализ финансовой деятельности клиента;

- при пользовании клиентом другими банковскими услугами (например, кредитами) - выявление наличия взаимоотношений с другими коммерческими банками;

- потребности в других банковских продуктах, за исключением имеющихся в данном банке;

- изучение партнеров - контрагентов корпоративного клиента;

- определение "цены" клиента или группы клиентов для последующей сегментации при работе подразделений банка;

- оценка прибыльности корпоративного клиента и доходности банка от предоставления ему конкретных банковских услуг.

Основной целью проведения мониторинга потенциально интересных для банка корпоративных клиентов является привлечение их на комплексное банковское обслуживание с предоставлением полного пакета банковских услуг, дальнейшего перевода всех денежных оборотов по счетам, вследствие чего при снижении затрат на производство банковских услуг происходит увеличение рентабельности конкретных банковских услуг и деятельности банка в целом.

Мониторинг корпоративных клиентов (и потенциальных, и реальных) подразделяется на ряд относительно самостоятельных этапов, каждый из которых имеет свои отличительные черты:

- предварительная оценка, позволяющая сделать вывод о корпоративном клиенте в качестве потенциального партнера банка;

- собственно изучение и анализ деятельности корпоративного клиента;

- составление заключения относительно наличия различного рода проблем у корпоративного клиента и необходимости (потребности) предоставления ему конкретных банковских услуг.

В процессе организации мониторинговых наблюдений за существующей клиентурой важное место должно быть отведено:

- разработке методологических основ их проведения;

- формированию информационной базы по обслуживаемым клиентам, включая создание необходимого программного обеспечения;

- созданию специализированных служб, наделенных соответствующими полномочиями в отношении корпоративных клиентов, с определением принципов их взаимодействия с другими подразделениями банка;

- подготовке квалифицированных специалистов для работы с корпоративными клиентами;

- определению порядка оценки работы и мотивации сотрудников клиентской службы.

Организация мониторинга потенциальных клиентов включает такие направления деятельности, как:

1) создание адекватной банковской инфраструктуры;

2) определение порядка поиска потенциальных корпоративных клиентов, выделение приоритетных групп и сегментов в зависимости от выбираемых признаков;

3) разработка методики сбора, систематизации и анализа информации о деятельности корпоративных клиентов;

4) разработка предложений по активизации бизнес-коммуникаций (реклама, рассылка материалов, интернет-технологии) для поиска перспективных корпоративных клиентов.

Благодаря проводимым мониторинговым наблюдениям каждый сотрудник среднего и высшего звена в банке участвует в формировании информационно-аналитической базы по клиенту. Ее составляющими могут быть: маркетинговая информационная система банка; информация, накапливаемая в процессе взаимодействия с потенциальным и корпоративным клиентом; результаты маркетинговых исследований и т.д. Для создания такой информационно-аналитической базы каждым банком должна разрабатываться индивидуальная система количественных и качественных показателей. Используется также информация свободного формата. Информационно-аналитическую базу по корпоративным клиентам целесообразно структурировать, на наш взгляд, по трем блокам:

1) собственно информационная база данных, включающая общие справочные, статистические и правовые данные о корпоративных клиентах;

2) аналитическая база, сформированная на основе имеющейся информационной базы данных и дополняющей ее оперативно обновляемой;

3) результаты и перспективы - здесь идет речь о результатах встреч менеджеров (в частности, кредитных или персональных) с корпоративным клиентом, а также о перспективах сотрудничества банка и корпоративного клиента с определением намерений и предложений.

Содержание и структура данных информационно-аналитической базы реальных корпоративных клиентов будут существенно отличаться от информации и информационно-аналитической базы потенциальных клиентов, что обусловлено сложностями получения банком данных по тем клиентам, которые не обслуживаются в данном банке, поскольку единой базы данных о клиентах пока не существует.

Для приведения в соответствие общих баз данных и первичной информации по корпоративным клиентам, для удобства оперативного поиска необходимых данных, проведения их последующего анализа саратовские банки выбирают различные пути.

Так, ЗАО "Волгоинвестбанк" провело уже трехкратное обновление программных продуктов, приобретая их у сторонних отечественных производителей.

Саратовский филиал ОАО "Поволжский банк Сбербанка", ОАО "Альфа-Банк", ОАО "Внешторгбанк", ОАО "Менатеп СПб", пользуясь приобретенными программными продуктами, дорабатывают их самостоятельно с учетом специфики своей деятельности.

Местные же банки в большинстве случаев, уже разработав свои программные продукты, не заинтересованы пока в их доработке по части расширения "информационных досье своих клиентов" по причине высоких затрат и бесполезности вложения средств.

В отличие от других региональных банков сотрудниками клиентской группы отдела маркетинга во взаимодействии с управлением информатизации ЗАО "Экономбанк" в 2008 г. была сформирована новая структура информационно-аналитической базы данных по корпоративным клиентам. С этой целью ими разработана форма индивидуального досье обслуживаемого корпоративного клиента, использование которой позволяет систематически обновлять сведения о клиенте. Вся информация по корпоративным клиентам заносится в электронные карточки клиентов (а не хранится на твердом носителе) на основе общебанковского стандарта. Такие электронные карточки заполняются индивидуально по каждому корпоративному клиенту и по корпоративным клиентам банка в целом в разрезе филиалов.

Клиентские службы банка совместно с маркетинговыми подразделениями могут проводить мониторинг корпоративных клиентов и посредством проведения опросов корпоративных клиентов.

Мониторинг потенциально интересующих коммерческие банки корпоративных клиентов проводится различными способами, начиная с изучения данных, публикуемых в периодической и справочной литературе, рекламных и других информационных материалов в средствах массовой информации, использования специализированных баз справочно-информационных данных, изучения оборотов своих клиентов и заканчивая стихийно организованными личными встречами с сотрудниками клиента. Такого рода мониторинг начинается задолго до непосредственного контакта (встречи, звонка) с клиентом - дистанционно в процессе исследования рынков собственных клиентов, отраслевой их принадлежности, особенностей и характера их хозяйственной деятельности, а с момента возникновения реальных схем сотрудничества и налаживания постоянных взаимоотношений с банком приобретает новое качество.

Сфера применения результатов мониторинга вообще и данных информационно-аналитической базы в частности достаточно широка. Примером может служить использование информации о финансовом состоянии и направлениях деятельности клиента при разработке менеджером банка финансовой схемы, которая оптимизирует маршрут прохождения денежных средств клиента и ускоряет проведение расчетов с поставщиками[[6]](#footnote-6). Информационная база данных является и основой для формирования спроса на отдельные банковские услуги. Располагая такой информацией, банковский служащий может составить не типовое, а индивидуальное коммерческое предложение для руководителя предприятия, особым образом выделив ценность услуг, важных для бизнеса корпоративного клиента и развития его взаимоотношений с банком. Более того, располагая разносторонней информацией о корпоративных клиентах, полученной в процессе проведения мониторинга, банк приобретает реальные возможности для укрепления своей клиентской базы за счет перевода денежных потоков корпоративных клиентов, имеющих вторые счета в банках-конкурентах, а также за счет привлечения на обслуживание их структурных подразделений, дочерних предприятий или контрагентов.

В процессе проведения мониторинга важным моментом является оценка банком выгодности его взаимодействия с конкретным клиентом. Как правило, в региональных банках такая оценка сводится к оценке оборотов и остатков средств клиента на его расчетном счете, а также к оценке либо возможного дохода банка от предоставления предприятию ссуды, либо расхода от привлечения его средств на депозит. В условиях постоянного изменения состояния других субъектов рынка банку самому необходимо определенным образом реагировать на изменения внешней среды, то есть так изменять параметры своего состояния, чтобы наилучшим образом использовать конъюнктуру. С этой целью необходимо проводить перманентный анализ состояния среды, одним из элементов такого анализа выступает сегментация своих клиентов.

Оценивая в целом значение и цели проведения сегментированного мониторинга корпоративных клиентов банка, перечислим требования, которым должно отвечать качественно проведенное сегментирование клиентов:

- возможность качественной и количественной оценки корпоративных клиентов, результаты которой должны быть представлены в измеримых показателях в целях соответствующей интерпретации и сравнения различных клиентов;

- результаты сегментации должны соответствовать реальной ситуации;

- оперативность и простота проведения сегментации.

В связи с этим возникает необходимость построения в банке системы оперативного мониторинга, которая позволяет проводить анализ текущей работы с корпоративными клиентами, своевременно выявлять тенденции во взаимоотношениях банка с предприятиями и обладает надежной информационной основой для выбора сегментов рынка, на которых банку целесообразно сосредоточить свои усилия. Проведение мониторинга отдельных корпоративных клиентов предполагает ежедневный (ежемесячный) контроль уровня их прибыльности, который осуществляется с помощью оперативного анализа операций банка с отдельными клиентами. В методическом плане к мониторингу предъявляются следующие требования:

- определение реальной картины прибыльности работы банка с клиентом на текущий момент;

- отслеживание уровня прибыльности отдельных операций банка с клиентом;

- учет сложившихся во взаимоотношениях банка с клиентом тенденций для своевременного принятия управленческого решения по конкретному вопросу;

- оценка не только экономической выгоды работы с клиентом, но и ее значимости для повышения имиджа банка, ожидания будущей доходности, для решения вопроса проникновения на новый рынок и т.д.;

- обеспечение ранжирования всех клиентов по общей выгодности работы банка с ними.

Значимость проведения клиентского мониторинга на уровне коммерческого банка заключается, таким образом, в следующем:

1) клиентский мониторинг позволяет в условиях высокой конкуренции на рынке банковских услуг разрабатывать стратегию банка в части формирования прочной клиентской базы: за счет сохранения отношений с ключевыми корпоративными клиентами, развития отношений с предприятиями среднего бизнеса либо за счет привлечения новых клиентов, относящихся к приоритетным отраслевым сегментам и группам корпоративных клиентов;

2) организация мониторинга корпоративных клиентов создает условия для проведения глубоких маркетинговых исследований потребностей и спроса клиентов на новые банковские продукты и услуги, емкости рынка, степени удовлетворенности клиентов банковским обслуживанием и т.п.;

3) проведение мониторинга помогает формировать общий маркетинговый план банка, продуктовые планы бизнес-подразделений, планы продаж филиалов, а также осуществлять практическую реализацию этих планов.

В условиях жесткой конкуренции банки приходят к пониманию, что важно не только увеличивать количество корпоративных клиентов, но и располагать информацией о них. В этом смысле проведение мониторинговых наблюдений следует рассматривать как необходимое условие обеспечения конкурентоспособности банка и как инструмент управления клиентскими отношениями. Назначение мониторинга заключается в обеспечении более высокого уровня обслуживания корпоративных клиентов и получении точной и эффективной информации, позволяющей наилучшим образом понимать бизнес и возникающие потребности корпоративных клиентов, осуществлять постоянную оценку их нужд и потребностей.

# 2.3 Международная банковская практика оценки корпоративных клиентов

Практика выдачи корпоративных кредитов по-прежнему остается актуальной: обслуживание корпоративных клиентов как оптовых покупателей всегда было одним из приоритетных направлений банковской деятельности[[7]](#footnote-7). Современная экономическая ситуация и здоровая конкуренция подталкивают банки к расширению кредитного предложения в области корпоративного кредитования. Наряду с понижением процентной ставки простота оформления и скорость предоставления кредита становятся факторами конкурентной борьбы банков за новых клиентов.

На сегодняшний момент решение о предоставлении кредита компании зачастую принимается "вручную" на основе проведенного банком финансового анализа состояния компании-заемщика, поэтому внедрение в банках автоматизированных систем оценки кредитоспособности компаний является крайне актуальным, помогая банковским учреждениям выйти на качественно новый уровень управления своей доходностью.

Как же на практике осуществляется скоринговая оценка корпоративных заемщиков? В своей статье мы хотели бы поделиться западным опытом управления рисками в корпоративном секторе.

Исторически кредитный скоринг возник около 50 лет назад в форме так называемых скоринговых карт. Устройство и использование скоринговой карты несложно (таб. 1). Характеристики для скоринга могут быть выбраны из любого имеющегося в распоряжении источника данных о потенциальном заемщике. Подобными характеристиками могут служить демографические факторы (например, сектор экономики, к которому относится основная деятельность компании-заемщика; страна регистрации; как долго существует компания и т.п.), характеристики, отражающие уже существующие отношения между клиентом и банком (например, как долго компания является клиентом банка, количество используемых кредитных продуктов, насколько ответственно она подходит к осуществлению оплаты, предыдущие обращения в банк), и, наконец, финансовые данные о компании (например, годовой оборот, прибыль, размер капитала, число сотрудников и т.д.).

Таблица 1.Пример скоринговой карты для корпоративных клиентов[[8]](#footnote-8)

|  |  |
| --- | --- |
|  | ScorecardPoints  |
| BRANCHE  | BRANCHE = Missing, AGRICULTURE, AUTOMOTIVE, TELECOM, FINANCE, CHEMICAL  | 44 |
| BRANCHE = HIGH TECH  | -20 |
| BRANCHE = OIL  | 53 |
| COUNTRY  | COUNTRY = Missing, NL, LU, FR, DE, AT  | 37 |
| COUNTRY = BE  | 52 |
| DEBT  | low <- DEBT < 300 000 000  | -23 |
| 300 000 000 <- DEBT < 500 000 000  | 59 |
| Missing, 500 000 000 <- DEBT < high  | 121 |
| LOYALITY | Missing, low <- LOYALITY < 3  | 32 |
| 3 <- LOYALITY < 5  | 53 |
| 5 <- LOYALITY < 10  | 66 |
| 10 <- LOYALITY < high  | 80 |
| PROFIT  | Missing, low <- PROFIT < 5 000 000  | 32 |
| 7 000 000 <- PROFIT < 10 000 000  | 37 |

На основании статистических исследований каждому признаку назначается определенное количество баллов (чем выше кредитоспособность и добросовестность клиента по тому или иному признаку, тем более высокий балл мы этому признаку присваиваем). При этом принимается во внимание предикативная (прогнозная) сила каждого такого фактора, наличие корреляций между ними и другие статистические характеристики исследуемой совокупности объектов. Окончательный балл компании-претендента - это сумма баллов для каждого признака скоринговой карты, которые она набрала в результате. В зависимости от этого количества баллов определяется максимальный размер ссуды, которую банк готов предоставить данному корпоративному заемщику.

Таким образом, знания об имеющихся корпоративных клиентах позволяют нам прогнозировать профиль потенциальной компании - заемщика банка. Поскольку со временем данные обновляются, естественно, периодически происходит модификация самой скоринговой карты: некоторые признаки становятся более значимыми, а другие отходят на второй план. Коррекция карт производится регулярно, а ее периодичность зависит от объема кредитов.

Скоринговый балл претендента, обратившегося за кредитом, сравнивается с баллами корпоративных клиентов, уже существующих в банке, и на этой основе делаются определенные выводы о его возможном поведении в будущем. Прогнозная модель строится с помощью таких аналитических методов, как логистическая регрессия или нейронные сети. Затем вычисляется вероятность дефолта первого (второго, третьего...) платежа, и строится соответствующая PD-модель.

В результате вычисляется определенный балл отсечения, после сопоставления с которым принимается решение о предоставлении кредита.

Хотелось бы добавить несколько слов и о LGD-модели (Loss Given Default/сумма задолженности), предсказывающей вероятность выхода из просроченной задолженности. Она гораздо сложнее, предсказать поведение дефолтного клиента затруднительно ввиду того, что оно сильно диверсифицировано: клиент может выплатить кредит полностью, но не оплатить проценты; может оплатить сумму долга частично; может выплачивать общую сумму долга годами и т.д.

Принимая также во внимание, что реальных дефолтов в российских банках пока накоплено недостаточно, говорить о статистически релевантной LGD-модели в корпоративном секторе пока преждевременно. Хотя, в принципе, в западных банках с применением продвинутых аналитических подходов (линейной регрессии, нейронных сетей и т.д.) Recovery Rate (процент вероятности возвращения дефолтного клиента обратно в "хорошего") вычисляется достаточно точно.

Касаясь вопросов моделирования, невозможно обойти вниманием валидацию моделей, которая также является обязательным требованием Базеля II. Любая, даже идеально построенная, модель должна быть апробирована и подтверждена на предмет точности своих прогнозов. Валидация моделей может производиться разными способами.

Наиболее часто встречается out-of-sample validation, когда большая часть имеющихся данных (примерно 70%) используется для построения модели, а оставшаяся часть (не задействованная в моделировании) идет на ее валидацию. Этот подход позволяет убедиться, что "успешная" на одних данных модель продолжает строить точные прогнозы и на других данных кредитного портфеля. Неудобство применения метода возникает лишь при недостаточном количестве данных, которые вам приходится еще при этом делить. Здесь хочется отметить, что статистически релевантными результатами считаются те, что получены на выборке, содержащей как минимум 2000 записей и достаточное количество дефолтов.

Заканчивая тему моделирования, хотелось бы также коснуться еще такого интересного вопроса, как стресс-тестинг. Этот метод позволяет "глубже" узнать кредитный портфель, позволяя рассчитать потенциальные потери на сильно изменяющемся рынке. Для российских банков с их динамично растущим портфелем это особенно актуально, когда возможность возникновения очередного "черного вторника" не кажется такой уж нереальной.

Для реализации моделирования в корпоративном секторе используются разные средства программного обеспечения.

# Заключение

Сегодня, в условиях развития товарного и становлении финансового рынка, резко меняется структура банковской системы. Коммерческие банки стали неизменной принадлежностью рыночной структуры. Коммерческие банки - главные центры кредитной системы.

Современные коммерческие банки - это кредитно-финансовые учреждения универсального характера. Он не только принимает вклады населения, предприятий, но и выдает кредиты.

Идет поиск оптимальных форм устройства кредитной системы, эффективно работающего механизма на рынке капиталов, новых методов обслуживания коммерческих структур. Создание устойчивой, гибкой и эффективной банковской инфраструктуры - одна из важнейших задач экономической реформы в России.

Задача усложняется тем, что кроме чисто экономических трудностей добавляются социальные: постоянно меняется законодательная база; желание мафиозных структур прибрать к рукам такое высокодоходное в условиях инфляции дело, как банковское; стремление большинства банкиров получить сиюминутную прибыль - как следствие - развитие только одного направления деятельности, что ведет к угрозам банкротства отдельных банков и кризисам банковской системы в целом.

Понятно, что недостаточно просто объявить о создании новых кредитных институтов. Коренным образом должна измениться вся система отношений внутри банковского сектора, принципы взаимоотношений банков и их клиентов, необходимо изменить психологию банкира, воспитать нового банковского работника - хорошо образованного, думающего, инициативного и готового идти на обдуманный и взвешенный риск. На это требуется время. Необходимо, путем вдумчивого изучения зарубежной практики, восстановить утраченные рациональные принципы функционирования кредитных учреждений, принятые в цивилизованном мире и опирающиеся на многовековой опыт рыночных финансовых структур.

Таким образом, мы видим, что банки играют очень важную роль в экономике. Поэтому именно с налаживания нормально функционирующей банковской системы нужно начинать выход из кризисного положения, сложившегося у нас в стране.

Зачастую банки выдают кредиты физическим лицам и корпоративным предприятиям, даже не проверив их состоятельность. Все это приводит к ухудшению экономической ситуации в стране.

Поэтому необходимо упорядочить работу банков, увеличить контроль за их деятельностью, и, только после этого, коммерческие банки в России, как и в странах Европы, станут действительным фундаментом кредитной системы.

Также в заключении необходимо сказать, что в настоящее время в каждом коммерческом банке России должна быть организована служба внутреннего контроля. Эта структура должна быть самостоятельным подразделением, подчиненным непосредственно главе банка.

Она должна контролировать как операции банка (чтобы не допустить слишком рискованных сделок), так и деятельность его сотрудников. Раз в год служба внутреннего контроля должна отчитываться перед ЦБ.

Система внутреннего контроля за основными видами рисков банковской деятельности организуется на трех основных уровнях: индивидуальном (уровень сотрудника), микро - и макроуровне (см. Приложение 1).

# Список литературы

1. Аргунов И.А. Коммерческие банки. - М.: Банковский журнал, 2009- с.137 - 142.
2. Ачкасов А.И. Банковская система. - М.: АО Консалтбанкир, 2008- с.13 - 32.
3. Банки / под. ред. В. Колесникова. - М.: Финансы и статистика, 2006- с.140 - 190.
4. Банковская система России. Настольная книга банкира - книга 1 - М.: Банки, 2009. - с.237 - 242.
5. Банковское дело/ В. Колесников. - М.: Финансы и статистика, 2008- с.29-56.
6. Банковское дело / Под ред. Лаврушина О.И. - М.: Банковский и биржевой научно-консультативный центр, 2008- с.75 - 142.
7. Банковское дело // под ред. Колесникова В.И., Кроливецкой Л.П. - М.: Финансы и статистика, 2009- с.13 - 42.
8. Банковское дело в России (в 3 томах) // под. общ. ред. Кумок С.И. - М.: АОЗТ Вече, 2008- с.20-50.
9. Банковское дело: Справочное пособие / Под ред. Бабичевой Ю.А. - М.: Экономика, 2007- с.12- 156.
10. Белоглазова Г.Н. Коммерческие банки в условиях формирования рынка. – Новосибирск: НГУ, 2009- с. 12 - 89.
11. Белых Л.П. Устойчивость коммерческих банков. Как банкам избежать банкротства. - М.: Банки и биржи, ИО ЮНИТИ, 2008- с.17 – 56.
12. Варьяш И.Ю. Банковский мониторинг предприятий. // Деньги и кредит, 2009, №10. - с.22-26.
13. Виноградов В.В. О положении в экономике и банковской системе - М.: Бизнес и банки, № 11, 2009- с.37 - 42.
14. Воронин Ю.М. Макроэкономическое регулирование кредитными рисками. // Банковское дело, 2009, №9.- с.14 - 17.
15. Доллан Э.Д. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика.– М.: Экономика, 2005- с.137 - 242.
16. Дробозина Л.А., Окунева Л.П., Андросова Л.Д. и др. Финансы. Денежное обращение. кредит: Учебник для вузов/ Под ред. проф. Л.А. Дробозиной. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2004- с.137 – 205.
17. Ибрагимова Т.Ю. Взгляд на надежность сквозь призму международного опыта // Финансист, № 46, 2009- с.22-26.
18. Коммерческие банки - основа кредитной системы? //Бизнес, №31(550), 2009. - с.11-13
19. Коммерческий словарь. / Под ред. Азрилияна А.Н. - М.: Фонд Правовая культура, 2006- с.37.
20. Коротков П.А. О некоторых проблемах управления кредитованием банка в современных условиях. // Деньги и кредит. – 2009, №9. - с.28 - 33.
21. Коротков П.А. Проблемы Финансовой стабильности и устойчивости банковской системы. // Деньги и кредит. – 2009, №1. - с.42.
22. Кредитной системе нужна стабильность. // Экономика и жизнь. – 2008, №1. - с.4.
23. Лексис В.И. Кредиты банков – М.: Перспектива, 2003- с.3 1- 52.
24. Мороз А.Н. Основы банковского дела.– М.: Знания, 2004 - с.72- 42.
25. Москвина В. Снижение риска кредитования предприятий. // Бизнес и банки, 2008, №30. - с.2 - 10.
26. Основы банковской деятельности в условиях перехода к рынку. / Под ред. Тимохина Г.С. – Казань: КФЭИ, 2005- с.52 - 103.
27. Соколинская Н.Э. Стратегия управления банковскими рисками. // Бухгалтерский учет, 2009, №12. - с.13 - 19.
28. Тукмаков И.Ш. О некоторых вопросах деятельности кредитных организаций на территории РФ. // Банки, кредиты, бизнес, 2009, 12. - с.3.
29. Усоскин В.М. Современный коммерческий банк, М.: ИПЦ Вазар-Ферро, 2001- с.137 - 145.

# Приложение. Уровни системы внутреннего контроля кредитного механизма коммерческих банков[[9]](#footnote-9)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Предварительный контроль | Текущий контроль | Последующий контроль |
| Индивидуальный уровень контроля(Объектом контроля выступает отдельный работник, его мотивация и компетентность при принятии решения) |
| * Подбор и расстановка кадров
* Содержание трудовых соглашений
* Наличие служебных инструкций
 | * Наличие процедур и механизмов, исключающих выход работника за пределы установленного ему объема и состава банковских операций
* Соблюдение сотрудником установленных служебных обязанностей
* Установление объема операций и сделок, выше которого решения об их проведении принимаются вышестоящим руководством или постоянно действующим органом
 | * Корректность ведения работником первичной документации
* Проведение в полном объеме установленных в банке процедур сверки, согласования и визирования
* Регулярность рассмотрения результатов проведенных работником операций
 |
| Микроуровень(Объектом контроля выступает состояние системы принятия решений в банке и соответствие выбранной тактики развития коммерческой деятельности банка целям, определенным его акционерами и закрепленным соответствующим документом) |
| * Реалистичность достижения поставленных целей
* Включение на каждом уровне принятия решений качественных и количественных ограничений рисков
* Наличие четко установленных ограничений полномочий и ответственности каждого структурного подразделения
* Наличие установленного порядка оперативного пересмотра внутрибанковских ограничений на объем, состав и условия совершаемых подразделениями операций и сделок
* Наличие плана оперативных действий в случае, если негативное влияние рисков, которые банк рассматривал в качестве разнородных, наступило одновременно
 | * Соблюдение качественных и количественных значений рисков
* Достоверность информирования руководства о текущем состоянии показателей риска
* Качество принимаемого банком залога в обеспечение выданных кредитов
* Соблюдение юридической правомерности и экономической целесообразности совершаемых сделок
 | Служба внутреннего контроля организует изучение характеристик рисков, анализирует практику управления рисками |
| Макроуровень(объектом контроля выступает состояние аналитической работы с точки зрения учета в процессе управления банком влияния экономических и нормативно-правовых условий его работы на эффективность выбранных направлений развития банка)  |
| * Полнота, состав и своевременность обновления исходных баз данных
* Наличие порядка оперативного и систематического информирования руководства банка о выводах и предложениях аналитического отдела, о прогнозах развития ситуации на соответствующем рынке, в экономике в целом, в сфере нормативно-правового обеспечения
 | * Исполнение задач анализа и прогнозирования ситуации
* Своевременное доведение выводов и предложений аналитического характера до руководства
* Своевременность реагирования на действия конкурентов
 | Службы внутреннего контроля осуществляют сравнение соответствия выводов и рекомендаций аналитических служб и реального развития ситуации. |

1. Коротков П.А. О некоторых проблемах управления кредитованием банка в современных условиях. // Деньги и кредит. – 2009, №9. - с.28 - 33. [↑](#footnote-ref-1)
2. Банковская система России. Настольная книга банкира - книга 1 - М.: Банки, 2009. - с.237 - 242. [↑](#footnote-ref-2)
3. Белоглазова Г.Н. Коммерческие банки в условиях формирования рынка. – Новосибирск: НГУ, 2009- с. 12 - 89. [↑](#footnote-ref-3)
4. Банковская система России. Настольная книга банкира - книга 1 - М.: Банки, 2009. - с.237 - 242. [↑](#footnote-ref-4)
5. Белоглазова Г.Н. Коммерческие банки в условиях формирования рынка. – Новосибирск: НГУ, 2009- с. 12 - 89. [↑](#footnote-ref-5)
6. Соколинская Н.Э. Стратегия управления банковскими рисками. // Бухгалтерский учет, 2009, №12. - с.13 - 19. [↑](#footnote-ref-6)
7. Коротков П.А. О некоторых проблемах управления кредитованием банка в современных условиях. // Деньги и кредит. – 2009, №9. - с.28 - 33. [↑](#footnote-ref-7)
8. Соколинская Н.Э. Стратегия управления банковскими рисками. // Бухгалтерский учет, 2009, №12. - с.13 - 19. [↑](#footnote-ref-8)
9. Кредитной системе нужна стабильность. // Экономика и жизнь. – 2008, №1. - с.4. [↑](#footnote-ref-9)