Санкт-Петербургский промышленно-экономический колледж

ОТЧЕТ

ПО квалификационной практике

Выполнила: Куранхой Диана Рудики

№ группы: 6152

Место прохождения: Северо-Западный банк Сбербанк России

№ 2003/800 Приморского района города Санкт-Петербурга.

Сроки прохождения: с 12 мая 2008г. по 7 июня 2008 г.

Руководители практики:

От колледжа: Зарецкая Ирина Валентиновна

От принимающей организации: Лебедева Галина Александровна

Оценка по практики:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2008 г.

# СОДЕРЖАНИЕ

Раздел № 1 Документальное оформление и учет имущества банка 4

1.1 Основные средства банка, их виды и порядок оценки 4

1.2 Учет выбытия основных средств 6

1.3 Состав нематериальных активов банка 7

1.4 Учет материальных запасов, их виды 8

Раздел №2 Учет и порядок формирования финансовых результатов, капиталов и фондов банка 10

2.1 Учет доходов и расходов банка 10

2.1.1Учет доходов банка 10

2.1.2 Учет расходов банка 12

2.2 Счет прибыли и убытков, их назначение 14

2.3 Учет использования прибыли 15

Раздел №3 Отчетность банков 18

3.1 Составление форм бухгалтерской и финансовой отчетности 18

3.2 Классификация отчетности. Состав отчетности 20

3.2.1 Годовая отчетность кредитных организаций 22

3.2.2Характеристика формы № 102 « Отчет о прибылях и убытках» 24

Раздел № 4 Организация и учет безналичных операций банков в иностранной валюте 26

4.1 Учет корреспондентских отношений банка в инвалюте 26

4.2 Учет операций по покупке-продаже валюты 27

4.2.1Учет покупки банком инвалюты на бирже за свой счет 27

4.2.2Учет продажи банком валюты на бирже за свой счет 28

4.2.3Учет покупки инвалюты у клиента банком 29

4.2.4Учет продажи инвалюты клиенту банком 29

4.2.5 Учет покупки инвалюты на бирже по поручению клиента 29

4.2.6.Учет продажи инвалюты на бирже по поручению клиента 30

Раздел №5 Организация и учет обменных операций банков 32

5.1 Виды операций, осуществляемые в обменном пункте 32

5.2 Учет обменных и кассовых операций в инвалюте 34

5.2.1 Учет кассовых операций в иностранной валюте 34

5.2.2 Учет валютно-обменных операций 36

Раздел № 6 Банковский маркетинг 38

6.1 Виды работ, выполняемые подразделениями Сбербанка службы маркетинга 41

6.2 Основные виды банковских продуктов и услуг 42

6.3 Применяемые методы распространения Сбербанковских услуг и стимулирования сбыта 44

Список использованной литературы 52

# Раздел № 1. Документальное оформление и учет имущества банка

## Основные средства банка, их виды и порядок оценки

В соответствии с Положением ЦБ № 302-П, под основными средствами понимается часть имущества со сроком полезного использования более месяцев, используемого в качестве средств труда для оказания услуг, управления кредитной организаций, а также в случаях, предусмотренных санитарно- гигиеническими, техническими, эксплуатационными нормами и требованиями. К основным средствам относится оружие независимо от стоимости. Руководитель банка имеет право установить лимит стоимости предметов для принятия их в состав основных средств. Предметы ниже установленного лимита относятся к материальным запасам.

Банки могут не чаще одного раза в год (на 1 января отчетного года) переоценивать основные средства по восстановительной стоимости путем индексации или прямого пересчета по документально подтвержденным рыночным ценам. Результаты переоценки отражаются в учете в январе.

Единицей учета основных средств, является инвентарный объект, которому присваивают инвентарный номер и открывают лицевой счет.

Допускается ведение бухгалтерского учета основных средств в целых рублях (с округлением только с сторону увеличения).

Для учета основных средств используют активные счета второго порядка 60401 «Основные средств».

Учет земельных участков в собственности банка, ведется на активном счете второго порядка 60404 «Земля».

**Сальдо** счета 60401- это первоначальная либо восстановительная стоимость основных средств, принадлежащих банку.

**По дебету отражается:**

**1** Первоначальная стоимость основных средств введенных в эксплуатацию, Д 60401, К60701.

**2** Рыночная стоимость основных средств, полученных безвозмездно, Д 60401,

К70601.

**3** Сумма дооценки основных средств, Д 60401, К 10601.

**4** Рыночная стоимость выявленных при инвентаризации излишков, Д 60401, К70601 или 60322, если причинами возникновения излишков были ошибки в учете.

**5** Первоначальная стоимость основных средств, полученных в счет вклада в уставный капитал:

- при создании банка, Д 60401, К 10207, 10208.

- при увеличении уставного капитала, Д 60401, К 60322

**По кредиту отражается:**

**1** списание первоначальной или восстановительной стоимость выбывших основных средств, Д 61209, К 60401.

**2** Сумма уценки основных средств, Д 10601, 70606, К 60401.

Все расходы, связанные с поступлением основных средств предварительно собирают на активном счете второго порядка 60701 «Вложение в сооружение (строительство), создание (изготовление) и приобретение основных средств и нематериальных активов».

Сальдо – это сумма расходов, капитального характера, в еще не введенных в эксплуатацию ОС.

 **По дебету отражается:**

**1** Договорная стоимость приобретенных основных средств, Д 60701, К 60311, 60312.

**2** Расходы на доставку, установку и монтаж ОС, Д 60701, К 60311,60312

По кредиту отражается списание первоначальной стоимости введенных в эксплуатацию ОС, Д 60401, К 60701.

## 1.2 Учет выбытия основных средств

Ведется на счете без признака 61209 «Выбытия (реализация) имущества».

Счет используется для определения финансового результата от выбытия основных средств и в конце дня закрывается либо на счет 70601, либо на счет 70606.

**По дебету отражается:**

1. Первоначальная (восстановительная) стоимость выбывших ОС Д 61209, К 60401.
2. Расходы, связанные с выбытием ОС Д 61200, К 60305, 60303, 60308,60311.
3. Начисление НДС по проданным, подаренным и обмененным ОС Д 61209 К60309.
4. Прибыль от выбытия ОС Д 61209, К 70601

**По кредиту отражается:**

**1** Сумма амортизации, Д 60601, К61209

**2** Сумма дооценки ,Д 10601, К 61209

**3** Стоимость оприходованных от ликвидации ОС материалов, Д 61008, К 61209

**4** Остаточная стоимость недостачи ОС Д 60305, 60323, К 61209

**5** Выручка от продажи ОС Д 60312, К 61209

**6** Убыток от выбытия ОС Д 70606, К 61209

Учет амортизации основных средств.

Начисление амортизации не производится по:

- объектам внешнего благоустройства

-земельным участкам и объектам природопользования

-произведениям искусства, предметам интерьера и дизайна, предметам антиквариата.

-основным средствам, полученным в безвозмездное пользование.

-предметам, стоимостью ниже установленного лимита.

Руководитель банка определяет методы начисления амортизации и утверждает их приказом об учетной политике. Начисление амортизации производится в течение всего срока полезного использования, который определяется на дату ввода ОС в эксплуатацию.

Учет амортизации по ОС ведется на пассивном счете второго порядка 60601 «Амортизация ОС».

**Сальдо** – это сумма амортизации по ОС, принадлежащим банку.

**По кредиту отражается:**

1. Начисление амортизации Д 70606 К 60601
2. Дооценки амортизации Д 10601 К 60601

**По дебету отражается:**

1. Списание амортизации выбытия ОС Д 60601, К 61209
2. Уценка амортизации Д60601, К10601.

## 1.3 Состав нематериальных активов банка

В соответствии с Положением ЦБ « 302-П, под нематериальными активами понимается приобретенные и созданные банком результаты интеллектуальной деятельности и иные объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на них), используемые при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации в течение длительного времени (более 12 месяцев). Права должны быть подтверждены патентами, свидетельствами, договорами уступки патента, товарного знака и т.д. К нематериальным активам также относят организационные расходы.

Учет нематериальных активов ведется на активном счете второго порядка 60901 «Нематериальные активы».

Сальдо – это стоимость нематериальных активов, принадлежащих банку.

По дебету отражается стоимость оприходованных нематериальных активов, Д 60901, К 60701.

По кредиту отражается списание стоимости выбывших нематериальных активов, Д 61209, К 60901.

Руководитель банка определяет методы начисления амортизации и утверждает их приказом об учетной политике. Начисление амортизации производится в течение всего срока полезного использования, который определяется на дату оприходования нематериальных активов. Если срок полезного использования определить невозможно, он устанавливается в расчете на десять лет, но не более срока деятельности банка.

Учет амортизации нематериальных активов ведется на пассивном счете второго порядка 60903 «Амортизация нематериальных активов».

Сальдо – это сумма амортизации по нематериальным активам, принадлежащим банку.

По кредиту отражается начисление амортизации, Д 70606, К 60903.

По дебету отражается списание амортизации при выбытии нематериальных активов, Д 60903, К61209.

## 1.4 Учет материальных запасов, их виды

Ведется на активных счетах второго порядка, которые открываются к счету первого порядка 610 «Материальные запасы»:

**61002** «Запасные части» - используются для учета запасных частей, комплектующих изделий, предназначенных для проведения ремонтов, замены изношенных частей оборудования, транспортных средств.

**61008** «Материалы» - используют для учета однократно потребляемых для оказания услуг, хозяйственных нужд, в процессе управления, технических целей запасов материалов. На этом же счете учитываются запасы топлива и ГСМ, тара, упаковочных материалы, бумага, бланки, заготовки платежных карт, кассеты, дискеты.

**61009** «Инвентарь и принадлежности» - используют для учета инструментов, хозяйственных и канцелярских принадлежностей, основных средств ниже установленного лимита.

**61010** «Издания» - используют для учета книг, брошюр в т.ч. на магнитных носителях.

**61011** «Внеоборотные запасы» - используют для учета имущества, приобретенного в результате осуществления сделок по договорам отступного и залога до принятия банком решения о его реализации или использования в собственной деятельности.

Аналитический учет материальных запасов ведется в разрезе видов и объектов, по материально-ответственным лицам, местами хранения.

Сальдо – это стоимость материальных запасов банка.

**По дебету отражается:**

1. Договорная стоимость поступивших материальных запасов, Д 610, К 60311, 60312, 60308.
2. Транспортно-заготовительные расходы, Д 610, К 60311, 60312, 60308.
3. Рыночная стоимость излишков материальных запасов, выявленных при инвентаризации, Д 610, К 70601.

**По кредиту отражается:**

1. Стоимость материальных запасов, отпущенных для хозяйственных и операционных нужд банка, Д 70606, К 610.
2. Стоимость материальных запасов, отпущенных для строительства ОС Д 60701, К 610.
3. Стоимость недостачи материальных запасов, Д 60305, 60323, К 610.

Стоимость проданных материальных запасов, Д 61209, К 610.

# Раздел №2 Учет и порядок формирования финансовых результатов, капиталов и фондов банка

## 2.1 Учет доходов и расходов банка

### 2.1.1Учет доходов банка

Доходы, в зависимости от их характера, условия получения и видов операций подразделяются на:

1 Доходы от банковских операций и сделок в соответствии со статьями 5 и 6 ФЗ «О банках и банковской деятельности».

2 Операционные доходы.

3Прочие доходы.

Для учета доходов текущего года используют активные счета:

70601 «Доходы»

70602 «Доходы от переоценки ценных бумаг»

70603 «Положительная переоценка средств в иностранной валюте»

70604 «Положительная переоценка драгоценных металлов»

Сальдо этих счетов показывает сумму доходов банка за текущий год.

**По кредиту отражается**:

*1 Доходы от банковских операций:*

* 1. *Процентные:*
		1. по предоставленным кредитам Д 47427 К 70601
		2. по остаткам на корсчетах Д 30110 К 70601
		3. по размещенным депозитам Д 47427 К 70601
		4. по вложениям в ценные бумаги Д 50407, 50408 К 70601
	2. *Другие доходы от банковских операций и сделок:*
		1. от открытия и ведения банковских счетов, расчетного и кассового обслуживания клиентов Д 20202, 406, 407, 40802,40817, 30102,30110,30109 К 70601.
		2. От купли-продажи иностранной валюты Д 47405, 47407 К 70601
		3. От выдачи банковских гарантий и поручительств Д 20202,406,407,40802,40817,30102,30110,30109 К 70601
		4. По факторинговым операциям Д 61212 К 70601
		5. От операций по доверительному управлению Д 20202,406,407,40802, 40817,30102,30110,30109 К 70601
		6. От предоставления в аренду сейфов и помещений для хранения ценностей, Д 20202, 406, 407, 40802, 40817, 30110, 30109 , К 70601
		7. От лизинговых операций Д 61211 К 70601
		8. От операций с драгоценными металлами Д 61213 К 70601
		9. От оказания информационных и консультационных услуг Д 20202, 406, 407, 40802,40817, 30102, 30110, 30109 К 70601
1. *Операционные доходы:*
	1. от реализации приобретенных ценных бумаг Д 61210 К 70601
	2. дивиденды от вложений в паи и акции Д 406, 407, 40802, 40817, 30102, 30110,30109 К 70601
	3. положительная переоценка ценных бумаг, Д 50121, 50621 К70602
	4. положительная переоценка средств в иностранной валюте, Д 20202, 406, 407, 40802, 40817, 30110, 30109, К 70603
	5. положительная переоценка драгоценных металлов, Д 20302 – 20320, 30116- 30119, К 70604
	6. комиссионные вознаграждения по посредническим услугам по брокерским договорам, Д 30601, К 70601
	7. другие операционные:
		1. от сдачи имущества в аренду, Д 61304, К 70601
		2. от выбытия имущества, Д 61209, К 70601
		3. от восстановления резервов, Д 32015, 44115 – 45515, 45818 и т.д.

К 70601

1. *Прочие доходы.*
	1. штрафы, пени, неустойки, Д 406, 407, 40802, 40817, 30102, 30110, 30109, К 70601
	2. от безвозмездного получения имущества, Д 60401, 40901, 610, К 70601
	3. от оприходования излишков, Д 20202, 60401, 40901, 610, К 70601 и т.д.

**По дебету** списываются доходы по состоянию на первый рабочий день следующего года:

Д 70601, К 70701

Д 70602,К 70702

Д 70603 ,К 70703

Д 70604,К 70704

В день составления годового отчета остатки по счетам переносятся на счет 70801 до утверждения годового отчета, затем списываются по Д 70801 К 10801.

### 2.1.2 Учет расходов банка

Расходы, в зависимости от их характера, условия получения и видов операций подразделяются на:

1.Расходы от банковских операций и сделок в соответствии со статьями 5 и 6 ФЗ « О банках и банковской деятельности».

2.Операционные расходы.

3.Прочие расходы.

Для учета текущего года используют пассивные счета:

70606 «Расходы»

70607 «Расходы от переоценки ценных бумаг»

70608 «Отрицательная переоценка средств в иностранной валюте»

70609 «Отрицательная переоценка драгоценных металлов».

**Сальдо** этих счетов показывает сумму расходов банка за текущий год.

**По дебету отражается:**

1 *Расходы от банковских операций:*

* 1. *процентные:*
		1. по полученным межбанковским кредитам Д 70606 К 47426
		2. по остаткам на корсчетах Д 70606 К 30109
		3. по привлеченным депозитам Д 70606 К 52501
		4. по выпущенным ценным бумагам Д 70606 К52501
	2. другие расходы по банковским операциям и сделкам:
		1. от купли-продажи иностранной валюты Д 70606 К 47408
		2. от операций по доверительному управлению Д 70606 К 20202, 406, 407, 40802, 40817, 30102, 30110, 30109.
		3. От операций с драгоценными металлами Д 70606 К 61213
1. *Операционные расходы*
	1. от реализации приобретенных ценных бумаг Д 70606 К 61210
	2. отрицательная переоценка ценных бумаг Д 70607 К 50120, 50620
	3. отрицательная переоценка средств в иностранной валюте Д 70608 К 20202, 406,407,40802, 40817,30110, 30109
	4. отрицательная переоценка драгоценных металлов Д 70609 К 20302-20320, 30116-30119.
	5. Комиссионные сборы за расчетно-кассовое обслуживание и ведение корсчетов Д 70606 К 30102, 30109, 30110 и т.д.
	6. Образование резервов Д 70606 К 32015,44115-45515, 45818 и т.д.
	7. Расходы, связанные с обеспечением деятельности банка:
		1. начисление ЗП Д 70606 К 60305
		2. начисление ЕСН Д 70606 К 60301
		3. начисление амортизации по основным средствам и нематериальным активам Д 70606 К 60601, 60903.
		4. Расходы на ремонт и эксплуатацию ОС Д70606 К 60311, 60308, 610
		5. Арендная плата Д 70606 К 61403
		6. Убыток от выбытия имущества Д 70606 К 61209
	8. организационные и управленческие расходы:
		1. подготовка кадров Д 70606 К 60311
		2. командировочные расходы Д 70606 К 60308
		3. налоги и сборы (налог на имущество, земельный налог) Д 70606, К 60301
2. *Прочие расходы:*
	1. штрафы, пени, неустойки Д 70606 К 406,407, 40802, 40817, 30102, 30110,30109
	2. от списания недостач, если виновный не установлен, либо во взыскании отказано судом Д 70606 К 60308, 60323 и т.д.

По кредиту списываются расходы по состоянию на первый рабочий день следующего года:

Д 70706, К 70606

Д 70707, К 70607

Д 70708, К 70608

Д 70709, К 70609

В день составления годового остатки по счетам переносятся на счет 70801.

## 2.2 Счет прибыли и убытков, их назначение

Учет прибыли прошлых лет ведется на пассивном счете 70801 «Прибыль прошлых лет», учет убытков прошлых лет ведется на активном счете 70802 « Убытки прошлых лет».

На эти счета списываются остатки по счетам 70601-70610 в первый рабочий день следующего года:

1. Д 70801, 70802, К 70606- 70610
2. Д 70601 -70605, К 70801, 70802

Списывается использованная прибыль в порядке реформации баланса по решению собрания учредителей Д 70801, 70802 К 70502

Для учета нераспределенной прибыли используют пассивный счет 10801 «Нераспределенная прибыль», на который списывается по решению годового собрания учредителей сумма нераспределенной прибыли со счета 70801 по проводке Д 70801 К 10801.

По дебету счета 10801 отражается:

1. Увеличение уставного капитала Д 10801 К 10207, 10208.
2. Начисление резервного фонда Д 10801 К 10701
3. Погашение убытков Д 10801 К 10802

## 2.3 Учет использования прибыли

Ведется на активных счетах второго порядка 70501 «Использование прибыли отчетного года» и 70502 «Использование прибыли предшествующих лет»

**Сальдо** – это сумма использованной прибыли.

**По дебету отражается:**

1. Начисление налога на прибыль Д 70501 К 60301
2. Начисление дивидендов Д 70501, 70502 К 60320
3. Образование резервного фонда Д 70502 К 10701
4. Начисление штрафов и пени за несвоевременное и неправильное перечисление налогов в бюджет Д 70501 К 60301, 60303

**По кредиту отражается:**

1. Списание использованной прибыли в конце года Д 70502 К 70501
2. Списание использованной прибыли в порядке реформации баланса по решению собрания учредителей Д 70801, 70802 К 70502
	1. . Налогообложение прибыли кредитных учреждений

Ведется на парных счетах второго порядка: пассивном 60301 и активном 60302 « Расчеты с бюджетом по налогам».

Сальдо счета 60301- это задолженность банка перед бюджетом по начисленным, но еще не перечисленным налогам.

По кредиту отражается:

1. Начисление налогов:

-на прибыль банка, Д 70501, К 60301

-с дивидендов, выплаченных учредителям юридическим лицам, Д 60320, К 60301

- на доходы физических лиц, Д 60305, К 60301.

-НДС Д 60309, К 60301

- транспортного налога и налога на имущество, Д 70606, К 60301

2. Начисление штрафов и пени за несвоевременное и неправильное перечисление налогов в бюджет, Д 70501, К 60301

По дебету отражается перечисление налогов в бюджет, Д 60301, К 30102

Для учета НДС уплаченного поставщикам используют активный счет второго порядка 60310 «НДС уплаченный»

Сальдо – это сумма НДС, уплаченного поставщикам, но еще не списанного.

**По дебету** отражается сумма НДС по предъявленным поставщиками счетам фактурам Д 60310 К 60311, 60312.

По кредиту отражается списание НДС:

1. при получении налогового вычета по облагаемым НДС операциям, Д 60309, К 60310

2.при отнесении их на расходы банка по необлагаемым операциям, Д 70606, К 60310

Для учета НДС полученного от покупателей по облагаемым банковским операциям и сделкам, используют пассивный счет 60309 «НДС полученный». Сальдо - это сумма НДС полученного от покупателей, еще не списанного. По кредиту отражается начисление НДС:

1. по проданному, подаренному и обмененному имуществу банка Д 61209 К 60309
2. с суммы комиссии по брокерским операциям Д 30601 К 60309
3. с суммы комиссии по факторинговым операциям Д 47401 К 60309 и т.д.

По дебету отражается списание НДС, подлежащего уплате в бюджет, Д 60309, К 60301.

# Раздел №3 Отчетность банков

## 3.1 Составление форм бухгалтерской и финансовой отчетности

**Бухгалтерская отчетность составляется в следующем составе:**

1. Годовая отчетность - по состоянию на 1 января года, следующего за отчетным:

-бухгалтерский баланс (публикуемая форма);

-отчет о прибылях и убытках (публикуемая форма);

-данные о движении денежных средств;

-информация об уровне достаточности капитала.

2. Квартальная отчетность - по состоянию на 1 апреля, 1 июля, 1 октября отчетного года:

-бухгалтерский баланс (публикуемая форма);

-отчет о прибылях и убытках (публикуемая форма);

-информация об уровне достаточности капитала.

Публикуемая отчетность подлежит опубликованию в открытой печати. Годовой отчет должен быть опубликован в течение 10 рабочих дней после проведения годового общего собрания участников.

Квартальная отчетность подлежит опубликованию в течение 40 рабочих дней после наступления отчетной даты.

Годовой отчет и годовой консолидированный отчет публикуются с мнением аудиторской фирмы об их достоверности.

Квартальная отчетность может быть опубликована как с таким мнением, так и без него.

Кредитные организации в учение 3 рабочих дней после даты опубликования годовых отчетов представляют территориальные учреждения Банка России:

-копию аудиторского заключения, с приложенной к нему публикуемой отчетностью.

-экземпляр оригинала издания, в котором была опубликована отчетность. Кредитные организации в срок не позднее 43 рабочих дней после 1 апреля, 1 июля, 1 октября представляют в территориальные учреждения Банка России:

-квартальную отчетность

-экземпляр оригинала издания, в котором была опубликована отчетность.

Финансовая отчетность кредитных организаций.

Финансовая отчетность составляется на основании российской финансовой отчетности, путем перегруппировки статей бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках, внесения необходимых корректировок и применения метода трансформации для приведения отчетности в соответствие с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). Финансовая отчетность в соответствии с МСФО включает:

* баланс на отчетную дату;
* отчет о прибылях и убытках за отчетный период;
* отчет о движении денежных средств за отчетный период;
* отчет об изменениях собственных средств (капитала) за отчетный период;

-примечания к финансовой отчетности, в том числе принципы учетной политики по составлению финансовой отчетности.

Для составления финансовой отчетности в соответствии с МСФО банки утверждают регламент составления финансовой отчетности, содержащий порядок подготовки, утверждения финансовой отчетности в соответствии с МСФО, включая ведомости перегруппировок и корректировок статей бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках, порядок хранения указанной документации в течение сроков установленных для российской отчетности.

В Методических рекомендациях приведены примерные формы финансовой отчетности. Которые банки могут изменить, ввести дополнительные показатели, исключить, либо объединить отдельные статьи с целью обеспечения наилучшего отражения в финансовой отчетности структуры и специфики операций кредитной организации и объема совершаемых операций.

Годовая финансовая отчетность подтверждается аудиторской организацией. Аудиторское заключение представляется вместе с финансовой отчетностью. Банки самостоятельно принимают решение о целесообразности и способе публикации финансовой отчетности в соответствии с МСФО.

## 3.2 Классификация отчетности. Состав отчетности

Банки представляют отчетность в виде установленных форм отчетных документов на бумажном и (или) электронном носителе, которые подписываются:

* руководителем кредитной организации;
* главным бухгалтером;

-другими лицами, подписи которых предусмотрены в соответствии с нормативными актами Банка России.

Банки обязаны составлять и представлять в Банк России отчетность в соответствии с установленными Центральным банком формами. *При составлении отчетности должны быть обеспечены*:

-полнота заполнения

-достоверность

 -своевременность представления

-сопоставимость данных отчетного периода с показателями предыдущего отчетного периода.

Все отчетные показатели должны быть сформированы на основании данных первичных учетных документов, составляемых в соответствии с Положением № 302-П.

В случаях выявления фактов представления банком недостоверной отчетности, содержащей неправильные данные вследствие нарушения установленного порядка ведения учета и составления отчетности, кредитная организация обязана произвести исправление отчетных данных посредством повторного представления отчетности в исправленном виде. Причем исправления производятся в том периоде, когда была выявлена ошибка, и сопровождаются объяснениями о произведенных исправлениях. Датой представления отчетности:

-на бумажных носителях считается дата фактической передачи ее в Банк России, либо дата почтового отправления.

- в виде электронного сообщения считается дата подтверждения Банком Росси подлинности электронного сообщения.

В случае непредставления отчетности, нарушения сроков и представления неполных и недостоверных данных, Банк России вправе применять к кредитным организациям меры воздействия, предусмотренные законодательством. Кредитные организации представляют в Банк России следующие виды отчетности:

* Финансовая статистика

-Финансовая отчетность

* Денежно-кредитная статистика
* Статистика финансового рынка

По срокам представления отчетность бывает:

* ежедневная
* пятидневная
* ежедекадная
* -ежемесячная
* ежеквартальная
* полугодовая
* годовая.

Кроме того, банки обязаны публиковать в открытой печати бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств и информацию об уровне достаточности капитала ежеквартально.

### 3.2.1 **Годовая отчетность кредитных организаций**

Кредитные организации, имеющие лицензию Банка России на осуществление банковских операций, составляют бухгалтерский отчет за отчетный год и представляют его в территориальные учреждения Банка России по месту своего нахождения в следующем объеме:

- Годовой баланс в форме оборотной ведомости за отчетный год;

- Отчет о прибылях и убытках кредитной организации с учетом событий после отчетной даты;

* Сводная ведомость оборотов по отражению событий после отчетной даты;
* Аудиторское заключение;

- Пояснительная записка.

Порядок и срок составления годового отчета утверждаются в учетной политике банка исходя из установленного в соответствии с учредительными документами порядка представления годового отчета на утверждения общего собрания акционеров и с учетом сроков проведения аудиторской проверки.

В целях обеспечения своевременного и качественного составления годового бухгалтерского отчета кредитные организации проводят в конце отчетного года следующую подготовительную работу:

- Проводят сверку остатков по счетам аналитического учета с синтетическим. В случае выявления расхождений выясняются причины и принимаются меры к их устранению.

- Проводят инвентаризацию имущества и обязательств на 1 ноября или 1 декабря отчетного года.

* Начисляют и отражают по соответствующим счетам проценты за декабрь отчетного года.
* По всем счетам клиентов обеспечивают выдачу выписок из лицевых счетов с остатками по состоянию на 1 января следующего за отчетным года, не позднее, чем в первый рабочий день нового года. От всех клиентов должны быть получены письменные подтверждения остатков до представления годового отчета в Банк России.
* Начисляют и отражают по соответствующим счетам резервы на возможные

потери.

-Начисляют и отражают на соответствующих счетах все причитающиеся к уплате налоги.

Формы отчетности подписываются руководителем и главным бухгалтером банка. Перед составлением годового отчета завершаются все операции, выполняемые заключительными оборотами:

* Расчеты внутри банка, начатые в отчетном году, за исключением операций по счетам клиентов.
* Формирование и восстановление резервов.
* Определение финансовых результатов.

По итогам проведения годового собрания акционеров и утверждения годового отчета осуществляется реформация баланса, результаты которой отражается в бухгалтерском учете не позднее двух рабочих дней после оформления протоколом итогов собрания акционеров.

При этом оформляются проводки:

1. на начисление дивидендов, Д 70502, К 60320
2. на начисление резервного фонда, Д 70502, К 10701

на списание использованной прибыли, Д 70801, 70802, К 70502.

### 3.2.2Характеристика формы № 102 « Отчет о прибылях и убытках»

Составляется банками нарастающим итогом с начала года по каждой статье по состоянию на 1 апреля, 1 июля, 1 октября, 1 января в рублях и копейках. Входит в состав годовой отчетности банка. Заполняется в тысячах рублях на основании аналитических данных к счету 706 «Финансовые результаты текущего года».

Причем, всем статьям формы № 102 присвоен символ, который состоит из 5-ти знаков. Этот символ указывается в номере лицевого счета по учету доходов, либо расходов с14 по 18 знаки.

Состоит форма из 3-х разделов:

-Доходы: где расшифровываются по аналитическим статьям доходы банка за отчетный период учтенные на счете 70601- 70605.

- Расходы: где расшифровываются по аналитическим статьям расходы банка за отчетный период учтенные на счете 70606-70610.

- Финансовый результат: где указывается разница между доходами и расходами банка.

Сумма в отчете отражаются по трем графам:

- В рублях

- Иностранная валюта в рублевом эквиваленте

- Всего

- На основании бухгалтерской формы № 102 заполняется « Отчет о прибылях и убытках» (публикуемая форма).

Фрагмент формы № 102

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п\п | Наименование статей | Символы | Суммы в рублях от операций: | Всего |
|  |  |  | В рублях | В ин. Валюте и драгоценных металлах. |  |
|  | 1. ДоходыА. От банковских операций и других сделок.Раздел 1. Процентные доходы.1. По предоставленным кредитам |  |  |  |  |
| 1. | Минфину России | 11101 |  |  |  |
| 12 | Негосударственным коммерческим организациям | 11112 |  |  |  |

Заполняется в тысячах рублях нарастающим итогом на 1 апреля, 1 июля, 1 октября, 1 января. Публикуется ежеквартально.

# Раздел № 4 Организация и учет безналичных операций банков в иностранной валюте

## 4.1 Учет корреспондентских отношений банка в инвалюте

Аналитический учет операций в иностранной валюте ведется как в иностранной валюте, так и в рублевом эквиваленте, рассчитанном по курсу ЦБ. Возникающие курсовые разницы в течение месяца учитывают:

* положительные - на пассивном счете 70603 «Положительная переоценка средств в иностранной валюте».
* отрицательные - на активном счете 70608 «Отрицательная переоценка средств в иностранной валюте».

Для проведения расчетов в иностранной валюте банки могут открывать корреспондентские счета как в банках резидентах, так и в банках нерезидентах. Для учета операций на корсчетах НОСТРО используют активные счета второго порядка:

30110 «Корреспондентские счета в кредитных организациях - корреспондентах»

30114 «Корреспондентские счета в банках - нерезидентах » Сальдо - это сумма иностранной валюты на корсчетах нашего банка в других банках, пересчитанная в рубли по курсу ЦБ.

Рассмотрим характеристику счета 30110, на примере долларов США, код валюты 840.

По дебету отражается:

1 зачисление иностранной валюты на корсчет:

1. приобретенной банком для себя Д 30110840 К 47408840
2. приобретенной банком для клиентов на бирже Д 30110840 К 47404840
3. наличной инвалюты Д 30110840 К 20209840.
4. при получении межбанковского кредита Д 30110840 К 31301840
5. при открытии межбанковского депозита Д 30110840 КЗ 1501840

1.6 для зачисления на счета клиентов Д 30110840 К 40702840 и т.д.
2. положительная курсовая разница Д 30110840 К 70603810

По кредиту отражается:

1. списание иностранной валюты с корсчета:
2. проданной своей валюты ан бирже Д 47423840 К 30110840
3. проданной валюты клиентов на бирже Д 47404840 К 30110840
4. наличной инвалюты Д 20209840 К 30110840
5. при возврате межбанковского кредита Д 31301840 К 30110840
6. при погашении процентов по кредиту или депозиту Д 47426840 К 30110840
7. при возврате межбанковского депозита Д 31501840 К 30110840
8. при предоставлении межбанковского кредита Д 32001840 К 30110840

1.8при списании со счетов клиентов Д 40702840 К 30110840 и.т.д.

2. отрицательная курсовая разница Д 70608810 К 30110840

Учет на пассивных счетах ЛОРО 30109\_ «Корреспондентские счета кредитных организаций - корреспондентов», 30111 «Корреспондентские счета банков - нерезидентов» ведется аналогично.

## 4.2 Учет операций по покупке-продаже валюты

### 4.2.1Учет покупки банком инвалюты на бирже за свой счет

1.В день предшествующий торгам, банк перечисляет на биржу рубли для покупки валюты по курсу биржи. Д 47423810, К 30102810

2. В день торгов:

2.1 на сумму требований в инвалюте и обязательств в рублях оформляется проводка:

Д 47408840, К 47407810 (810 - код рубля, 840 - код доллара)

2.2 на сумму операционной курсовой разницы :Д 70606810, К 47407810. Операционная курсовая разница - это разница между курсом ЦБ и курсом биржи.

2.3. Исполнение обязательств оформляется путем зачета предоплаты в рублях по проводке:

Д 47407810, К 47423810

2.4. Приобретенная на бирже инвалюта зачисляется на счет НОСТРО по проводке:

Д 30110840, К 47408840

* 1. Комиссия бирже отражается по, Д 70606840, К 47408840.

### 4.2.2Учет продажи банком валюты на бирже за свой счет

1.В день предшествующий торгам банк перечисляет на биржу инвалюту для

продажи:

Д47423840, K30I10840.

 2. В день торгов:

2.1 на сумму требований в рублях и обязательств в инвалюте оформляется проводка:

Д 47408810, К 47407840

2.2 на сумму операционной курсовой разницы: Д 70606810, К 47407840

1. Исполнение обязательств путем зачета предоплаты в долларах: Д 47407840, К 47423840
2. Поступление рублей за проданные доллары на корсчет в РКЦ:

Д 30102810 К 47408810

2.5. Комиссия бирже списывается: Д 70606810, К 47408810.

### 4.2.3Учет покупки инвалюты у клиента банком

1. На основании поручения клиента на продажу валюты оформляют проводку на сумму требований в инвалюте и обязательств в рублях: Д 47408840

К 47407810

2. На сумму операционной курсовой разницы: Д 47408840, К 70601810

3.На сумму инвалюты, списанной с текущего валютного счета клиента: Д40702840, К 47408840

4.На сумму рублей за проданную валюту по курсу покупки, зачисленную на Расчетный счет клиента:

Д47407810, К 40702810

5.сумму комиссии: Д 47407810 К 70601810.

### 4.2.4Учет продажи инвалюты клиенту банком

1.На основании поручения клиента на покупку инвалюты оформляют проводку на учет обязательств в долларах и требований в рублях:

Д 47408810, К 47407840.

2.На суммы операционной курсовой разптхыД47408810, К 70601810

3. На суммы рублей, списанных с расчетного счета клиента:

Д40702810, К 47408810

1. На сумму инвалюты, зачисленную на текущий валютный счет клиента: Д 47407840, К 40702840
2. На сумму комиссии: Д 47407840, К 70601840.

### 4.2.5 Учет покупки инвалюты на бирже по поручению клиента

1. Списываются с расчетного счета клиента рубли для покупки инвалюты на бирже:

Д 40702810, К 47405810.

1. Перечисляются рубли с корсчета в РКЦ на биржу:

Д 47404810, К 30102810.

1. Списывается на расходы банка комиссия бирже: Д 70606810, К 47403810
2. Перечисляется комиссия бирже с корсчета в РКЦ: Д47403810, К30102810
3. Зачисляется приобретенная на бирже валюта на счет НОСТРО: Д30110840, К 47404840
4. Осуществляется зачет требований и обязательств в инвалюте: Д47404840, К 47405840
5. Зачисляется приобретенная инвалюта на текущий валютный счет клиента: Д 47405840, К 40702840.
6. Одновременно завершается сделка в рублях:

Д47405810, К47404810

1. Удерживается комиссия с клиента в долларах США:

Д 47405840, K70601840.

### 4.2.6.Учет продажи инвалюты на бирже по поручению клиента

1. Списываются с текущего валютного счета клиента доллары
для продажи на бирже:

Д 40702840, К 47405840.

2.Перечисляются доллары со счета НОСТРО на биржу:

Д47404840,K30110840.

3.Списывается на расходы банка комиссия бирже:

Д 70606810, К 47403810.

4.Перечисляется комиссия бирже с корсчета в РКЦ:

Д47403810, К 30102810.

5.Зачисляются рубли от продажи валюты на корсчет в РКЦ:

Д 30102810, К 47404810.

6.Осуществляется зачет требований и обязательств в рублях:

Д 47404810, К47405810

7.Зачисляются рубли за проданную валюту на расчетный счет клиента: Д 47405810, К 40702810

8.Одновременно завершается сделка в инвалюте: Д 47405840, К 474404840.

9. Удерживается с клиента комиссия: Д47405810, К70601810

# Раздел №5 Организация и учет обменных операций банков

## 5.1 Виды операций, осуществляемые в обменном пункте

Операции банка с иностранной валютой могут быть подразделены на три группы:

1. Операции, осуществляемые по инициативе банков- корреспондентов (внешние операции), к ним относятся: операции, отражающие изменения состояния корреспондентских счетов банка; операции, связанные с поступлением средств (в том числе валютной выручки) на счетах клиентов банка через корреспондентские счета в других банках.

Внешние операции характеризуются наличием документа, присылаемого из банка- корреспондента. Каждой внешней операции также обычно соответствует одна бухгалтерская проводка. Некоторые внешние операции требуют формирования и посылки (в адрес банка- корреспондента или в адрес клиента) ответного документа или извещения.

2. Операции, осуществляемые по инициативе клиента (клиентские операции). К ним относятся большое количество операций, инициируемых клиентами, наиболее распространенными из них являются: открытие и закрытия валютного счета клиента; перевод валюты в другое финансовое учреждение (банк); перевод валюты клиенту того же банка; выдача иностранной валюты клиенту; прием наличной валюты от клиента; покупка валюты на бирже по поручению клиента (конвертация рублей в иностранную валюту); покупка валюты клиентом за счет открытой валютной позиции (конвертация рублей в иностранную валюту); продажа валюты на бирже по поручению клиента (конвертация иностранной валюты в рубли); продажа валюты клиентом за счет открытой валютной позиции (конвертация иностранной валюты в рубли); конвертация валюты на бирже по поручению клиента (одной иностранной валюты в другую); конвертация валюты клиентом за счет открытой валютной позиции (одной иностранной валюты в другую); операции с аккредитивами и дорожными чеками;

Клиентские операции характеризуются наличием платежного или другого документа, предоставляемым клиентом в банк, а также более сложной процедурой отражения таких операций в бухгалтерских проводках. Обычно каждая клиентская операция порождает не одну, а несколько бухгалтерских проводок.

3. Операции, осуществляемые по инициативе банка (внутри банковские операции). К ним относятся следующие операции: операции, связанные с получением и выдачей межбанковских кредитов; продажа и покупка банком на бирже валюты; безусловная конвертация фиксированной части валютной выручки клиента по истечении срока перевода клиентом этих денег; начисление и удержание процентов по расчетным, ссудным и депозитным счетам клиентов в иностранной валюте; открытие и закрытие внутри банковских (внутренних) лицевых счетов для учета операций в иностранной валюте (счета конверсии, комиссии, доходов и расходов банка и т.д.); внутри банковский перевод валюты (с одного внутреннего счета на другой); переоценка остатков на валютных счетах.

Внутри банковские операции оформляются мемориальными ордерами. Каждой такой операции обычно соответствует одна бухгалтерская проводка.
Операции по покупке/продаже иностранной валюты физическим лицам в пунктах обмена валют выделены в отдельную группу.

В настоящее время эти операции являются одним из источников привлечения наличной валюты и получения прибыли банка.

При осуществлении каждой операции по покупке/продажи работник обменного пункта должен фиксировать в журнале, является ли физическое лицо – покупатель или продавец валюты резидентом России. Эта информация необходима для формирования отчетности банка по операциям с иностранной валютой, предоставляемой КБ в ЦБ России.

банка могут покупать наличную иностранную валюту по курсу ниже или выше, чем курс ЦБ России. В последнем случае банк несет убытки за счет курсовой разницы. Однако при дефиците в банке наличной иностранной валюты покупка даже по такому курсу может оказаться более выгодной для банка по сравнению с покупкой наличной валютой на бирже или у других банков.

Обменные пункты имеют право покупать и продавать находящиеся в обращение денежные знаки только тех видов иностранных валют, курс рубля, котором официально котируется Банком России.

Обменные пункты не имеют права совершать операции только по покупке или только по продаже иностранной валюты. Указанные виды валютно-обменных операций должны совершаться одновременно.

За выполнение операций по покупке/продаже иностранной валюты с физических лиц банки взимают комиссионное вознаграждение согласно Тарифам.

## 5.2 Учет обменных и кассовых операций в инвалюте

### 5.2.1Учет кассовых операций в иностранной валюте

Порядок ведения кассовых операций в иностранной валюте определен Положением ЦБ № 199-П, в соответствии с которым поступление наличной иностранной валюты в кассу от физических и юридических лиц оформляется приходным кассовым ордером, а выдача наличной иностранной валюты из кассы оформляется расходным кассовым ордером. Операционные работники банка ведут кассовые журналы по приходу и расходу, кассиры в конце дня заполняют справки.

Рассмотрим характеристику счета 20202 «Касса кредитных организаций» на примере долларов США, код валюты 840.

**Сальдо -** это сумма наличной иностранной валюты в кассах и хранилище банка, пересчитанная в рубли по курсу ЦБ.

**По дебету** отражается поступление наличной иностранной валюты в кассу:

1. от юридических лиц для зачисления на их валютные текущие счета Д 20202840 К 406. 407,40802840
2. от физических лиц:

2.1 клиентов:

* для зачисления на депозит Д 20202840 К 42301840
* при погашении потребительского кредита Д 20202840 К 45501840
* при погашении процентов по кредиту Д 20202840 К 47427840
* для зачисления на банковскую карту Д 20202840 К 40817840
* для перевода Д 20202840 К 40912840, 40913840.

2.2 от работников банка:

-от инкассаторов Д 20202840 К 20209840

-из банкоматов Д 20202840 К 20208840

-из обменных пунктов Д 20202840 К 20206840

-от подотчетных лиц Д 20202840 К 60308840

1. в случае выявления излишков при ревизии кассы Д 20202840 К 70601840
2. положительная курсовая разница Д 20202840 К 70603810

**По кредиту** отражается выдача наличной иностранной валюты из кассы:

юридическим лицам с их расчетных и текущих счетов Д 406, 407, 40802840 К 20202840.

2. физическим лицам: 2.1 клиентам:

* Депозитов и процентов по ним Д 42301840 К 20202840
* потребительских кредитов Д 45501840 К 20202840

-при закрытии банковской карты Д 40817840 К 20202840

-переводов Д40909840,40910840 К20202840

2.2 работникам банка:

* инкассаторам Д 20209840 К 20202840
* для загрузки банкоматов Д 20208840 К 20202840
* в обменные пункты Д 20206840 К 20202840
* подотчетным лицам Д 60308840 К 20202840
1. списание недостачи при ревизии кассы Д 60308840 К 20202840
2. отрицательная курсовая разница Д 70608810 К 20202840

### **5.2.2Учет валютно-обменных операций**

Получение авансов в рублях и в иностранной валюте в обменные пункты валюты от заведующего кассой оформляется записью в Книге учета полученных и выданных денег, а от инкассаторов - на основании описи с оформлением приходного кассового ордера.

Возврат авансов в рублях и инвалюте оформляется записями в Книге, либо в описи с оформлением кассиром обменного пункта РКО.

Комиссии, полученные от клиентов, приходуются по ПКО, который оформляет кассир обменного пункта

Бланки чеков, валюта и документы, полученные на экспертизу и инкассо, учитываются на основании мемориальных ордеров на внебалансовых счетах. Все операции обменных пунктов фиксируются в Реестре операций с наличной валютой и чеками, кроме операций по приему чеков и иностранной валюты на экспертизу и инкассо.

Учет валютно-обменных операций ведется в соответствии с Указанием ЦБ № 1446-у от 11.06.04.

Рассмотрим учет этих операций на примере долларов США, код валюты 840.

1.Поступление авансов в обменный пункт валюты:

* в рублях Д 20206810 К 20202810, 20209810
* в долларах США Д 20206840 К 20202840, 20209840.
1. Получение бланков дорожных чеков Д 91203810 К 91207810
2. Приобретение наличной иностранной валюты:
* по курсу покупки Д 20206840 К 20206810
* на сумму операционной разницы между курсом ЦБ и курсом покупки Д20206840 К 70601810

4.Продажа наличной иностранной валюты:

* по курсу ЦБ Д 20206810 К 20206840
* на сумму операционной разницы между курсом ЦБ и курсом покупки Д20206810 К 70601810

5.Получение комиссионного вознаграждения от клиента Д 2020*6810* К 70601810

6. Обмен наличной иностранной валюты одного государства на наличную иностранную валюту другого государства Д 20206840 к 20206978 (долларов США на евро)

7.Прием денежных знаков иностранного государства на инкассо Д 91101840 К 99999840

1. Прием денежных знаков иностранного государства на экспертизу

Д 91104840 К 99999840

1. Покупка чеков Д 20206840 К 20206810
2. .Продажа чеков:

- на сумму заполненных чеков Д 20206840 К 47422840

-На сумму проданных чеков Д 20206810 К 20206840

11. Выдача наличный иностранной валюты по банковским картам Д 40817840 К 20206840 и т.д.

# Раздел № 6 Банковский маркетинг

Еще совсем недавно рынок банковских услуг был рынком продавца, когда клиенты располагали большими суммами (вследствие инфляции) денег, а банков было немного. Но в последнее время при наметившейся стабилизации с инфляцией, ростом ставки рефинансирования и в условиях хронической нехватки денежных ресурсов у основных клиентов банков - предприятий, рынок банковских услуг превратился в рынок покупателя. С этого момента большинство российских банков стали искать новые способы привлечения клиентов. Для этих целей они могут успешно применять маркетинг. Маркетинговый подход в организации деятельности предполагает переориентацию банка со своего продукта на потребности клиента. Поэтому необходимо тщательное изучение рынка, анализ изменяющихся вкусов и потребностей потребителей банковских услуг.

Банковский маркетинг, следовательно, можно определить как поиск и использование банком наиболее выгодных рынков банковских продуктов с учетом реальных потребностей клиентуры. Это предполагает четкую постановку целей банка, формирование путей и способов их достижения и разработку конкретных мероприятий для реализации планов. Маркетинг в банковской сфере нацеливается на изучение рынка кредитных ресурсов, анализ финансового состояния клиентов и прогнозирование на этой базе возможностей привлечения вкладов в банки, изменений в деятельности банка. Маркетинг направляется на обеспечение условий, способствующих привлечению новых клиентов, расширению сферы банковских услуг, заинтересовывающих клиентов во вложение своих средств в этот банк.

В банках все больше применяется интегрированный маркетинг, целью которого является не только привлечение клиентов, но и постоянное улучшение качества их обслуживания. Специфика интегрированного маркетинга заключается в том, что коммерческие банки заинтересованы не только в привлечении денежных средств клиентов, но и в активном их использовании с помощью эффективного кредитования предприятий, учреждений, государства, населения. Это обуславливает необходимость комплексного развития маркетинга как в сфере отношений банка с вкладчиками, так и в сфере кредитных вложений. Цели банка в этих двух сферах различны: в первой - привлечение клиентов в качестве вкладчиков денежных средств, а во второй - направить кредитные ресурсы банка таким предприятиям, которые использовали их с наибольшей пользой и были бы в состоянии возвратить кредит в установленные сроки.

Также особенность банковского маркетинга является то, что он объединяет в единое целое принципы маркетинга конечного продукта и маркетинга товаров промышленного назначения. Известно, что некоторые банки ориентируются только на крупных клиентов, в том числе и на друге банки, а некоторые - на мелких клиентов, которые являются конечными потребителями банковских услуг. В соответствии с этим разделением клиентов банка происходит и разделение маркетинга внутри банка. Но, я думаю, не стоит делить предмет банковского маркетинга на две части, гораздо проще рассматривать банковский маркетинг как одну систему, соединяющую в себе два различных подхода.

В конечном же счете банковский маркетинг направляется на осуществление единой цели: рациональное использование доходов и временно высвобождающихся денежных средств в хозяйстве.

**Основными задачами маркетинга в банке можно назвать:**

* Обеспечение рентабельной работы банка в постоянно изменяющихся условиях денежного рынка.
* Повышение ликвидности банка в целях соблюдения интересов кредиторов и вкладчиков, поддержание общественного имиджа банка.
* Максимальное удовлетворение запросов клиентов по объему, структуре и качеству услуг, оказываемых банком. Это создает условия для устойчивости деловых отношений.
* Поиск новых потребностей в банковских услугах. Проведение маркетинговых исследований.
* Привлечение в банк новых клиентов. Поддержание и развитие имиджа банка как надежной, ориентированной на потребности клиента организации.

В соответствии с этими задачами банковский маркетинг ориентируется на достижение высоких количественных, качественных и социальных показателей, таких как количество клиентов банка и их счетов, объем депозитов, кредитных вложений, инвестиций, размеры совершаемых банком операций и услуг, показателей доходов расходов банка, сроки обработки документов, степень удовлетворения клиентов по объему, количеству и качеству услуг.

Цель данной работы - исследовать значение маркетинговой службы в банке.

**Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:**

1) раскрыть сущность и принципы банковского маркетинга;

2) определить задачи службы маркетинга в банке и ее организационную структуру;

3) описать маркетинговые стратегии банка;

4) провести анализ работы маркетинговой службы в банке;

5) предложить пути совершенствования маркетинговой службы в банке.

Объектом исследования данной работы является ОАО «Сбербанк России». Предметом исследования выступает деятельность отдела маркетинга ОАО «Сбербанк России».

Информационной базой работы послужили труды отечественных и зарубежных ученых, информация банка.

Методы, применяемые при анализе: метод сравнения, обобщения, синтеза, графический метод.

Результаты дипломного исследования могут быть использованы в текущей управленческой деятельности банка.

## 6.1 Виды работ, выполняемые подразделениями Сбербанка службы маркетинга

Акционерный коммерческий Сберегательный банк Российской Федерации (Сбербанк России) создан в форме акционерного общества открытого типа в соответствии с Законом РСФСР “О банках и банковской деятельности в РСФСР”. Учредителем и основным акционером Сбербанка России является Центральный банк Российской Федерации (свыше 60% акций уставного капитала). Его акционерами являются более 200 тысяч юридических и физических лиц. Сбербанк России зарегистрирован 20 июня 1991 г. в Центральном банке Российской Федерации. Регистрационный номер - 1481.

Основной целью деятельности банка является привлечение денежных средств от физических и юридических лиц, осуществление кредитно-расчетных и иных банковских операций и сделок с физическими и юридическими лицами для получения прибыли.

Миссия Банка - обеспечивать потребность каждого клиента, в том числе частного, корпоративного и государственного, на всей территории России в банковских услугах высокого качества и надёжности, обеспечивая устойчивое функционирование российской банковской системы, сбережение вкладов населения и их инвестирование в реальный сектор, содействуя развитию экономики России.

Банк осуществляет следующие банковские операции: привлечение денежных средств от физических и юридических лиц во вклады; размещение указанных выше привлеченных средств от своего имени и за свой счет; открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц; расчеты по поручению физических и юридических лиц, в т.ч. банков-корреспондентов, по их банковским счетам; инкассацию денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц; куплю-продажу иностранной валюты в наличной и безналичной формах; привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов; выдачу банковских гарантий; переводы денежных средств по поручениям физических лиц без открытия банковских счетов (за исключением почтовых переводов).

Сбербанк России уверенно сохраняет за собой позиции лидирующего кредитного института Российской Федерации. По состоянию на 1 июля 2006 года его доля в активах банковской системы составила 26,3%.

В сфере размещения ресурсов можно особо подчеркнуть, что, несмотря на увеличение конкуренции, Сбербанк России сохраняет лидирующие позиции на рынке кредитования населения. По состоянию на 01.07.2006 г. на Сбербанк приходилось 40,5% остатка ссудной задолженности физических лиц. Активно развивая операции кредитования корпоративных клиентов, Сбербанк России обеспечивает сохранение своей доли на рынке кредитования юридических лиц на уровне свыше 30% (31,5% по состоянию на 01.07.2006 г.).

## 6.2 Основные виды банковских продуктов и услуг

Одним из самых сложных моментов планирования маркетинга являются анализы стратегий, которые можно провести следующими методами: метод матричного анализа «товар - рынок», бостонская матрица, стратегия по прибыли и модель Портера.

**Метод матричного анализа «товар - рынок».** Этот метод предполагает анализ матрицы по четырем позициям.

Ситуация первая характеризуется тем, что старые банковские продукты реализуются на старом рынке путем улучшения каналов их реализации, проведения рекламных компаний. Рынок еще не насыщен данными видами услуг, новые клиенты приобретают эти продукты из-за открытия новых филиалов банка в местах их проживания. Рано или поздно насыщенность рынка продаваемыми услугами достигнет предела. Непрерывная конкуренция между банками, борьба за увеличение числа обслуживаемых клиентов и другие факторы требуют реализации новой рыночной стратегии. В противном случае длительное существование такого положения сопряжено с такой опасностью, как превращение в основном устоявшегося рынка в болото.

Матричный анализ «продукт - рынок»

Вторая ситуация характеризуется экстенсивным расширением рынков сбыта продуктов, когда в дополнение к старым рынкам банк овладевает новыми сегментами или же новыми географическими рынками. Увеличивается количество клиентов, а значит, и продаж услуг. Банк увеличивает производственные мощности (строит новые филиалы, дополнительные офисы, закупает компьютерное и другое оборудование), численность персонала. Услуги банка хорошо зарекомендовали себя на старых рынках, и благодаря проведенной активной рекламной компании они легко находят новых клиентов на новых рынках.

Третья ситуация характеризуется предложением новых продуктов на старых рынках или новым технологическим рывком в освоении новых моделей продукции, например нового класса пластиковых карт или в модификации старой услуги, например проведение расчетно-платежных операций через банк с использованием компьютера, не выходя из офиса компании. Банк имеет хорошую репутацию по предоставляемым старым услугам, имеет достаточный капитал для проведения исследовательских и опытных работ по разработке и производству новых продуктов.

И наконец, в четвертой ситуации новому продукту тесно в рамках старых рынков сбыта, и он стремится проникнуть на новые рынки. Здесь требуются особенно тщательно разработанные маркетинговые планы, так как речь идет не только о новых продуктах, запускаемых на рынок, но и о новом рынке. В случае плохо проработанного маркетинга эта ситуация часто характеризуется такой поговоркой, как «пан или пропал». В случае хорошо подготовленного и реализованного маркетинга полученные дополнительные доходы могут существенно перекрыть высокие расходы. Таким образом, анализ продуктовых групп по разным рынкам позволяет определить конкретные стратегии и тактики по производству и сбыту банковских продуктов.

## 6.3 Применяемые методы распространения Сбербанковских услуг и стимулирования сбыта

Основная идея маркетингового подхода к производству банковских продуктов состоит в том, что маркетинговые службы банка вначале изучают рынок предполагаемых к выпуску продуктов, процентные ставки, цены на них, типы клиентов-покупателей, конкурентов, предлагающих аналогичные продукты, а затем организовывают их производство и реализацию.

Основные принципы банковского маркетинга:

* Организовывать производство и реализацию не тех банковских продуктов, которые сможет осуществить банк, а таких продуктов, на которые есть покупатель, клиент.
* Организация и проведение маркетинга оправданны тогда, когда конечным результатом является увеличение прибыли банка.
* Система маркетинговых планов должна быть непрерывной по времени и состоять по типу «одна в другой», как комплекс матрешек. Например пятилетний план маркетинга разбивается на пять годовых планов, годовые планы - на четыре квартальных, а квартальные планы - по три месячных плана.
* Маркетинговые планы банка должны быть комплексными по видам банковских продуктов, клиентской базы и финансовым рынкам.
* Разработка нескольких вариантов стратегических, тактических и особенно оперативных планов маркетинга (оптимистических, нормальных и пессимистических вариантов).

В банковском предпринимательстве могут применяться следующие концепции маркетинга:

* Производственная или концепция совершенствования банковских технологий.
* Продуктовая, то есть концепция совершенствования банковских услуг.
* Торговая концепция или концепция интенсификации коммерческих усилий.
* Традиционная маркетинговая концепция.
* Концепция социально-этического маркетинга.

Маркетинговая служба – административно-управленческое подразделение организации, выполняющее полный или ограниченный набор маркетинговых функций.

Основные задачи службы маркетинга в банке:

* Анализ окружающего рыночного пространства с его сегментированием и определением своих стратегических зон деятельности (СЗД) (городов, регионов, стран), где возможны открытия своих дочерних структур, филиалов, представительств и т. д.
* Анализ спроса клиентов по СЗД относительно видов банковских продуктов, их количества, качества и цен.
* Анализ и разработка портфеля банковских продуктов по номенклатурным, ассортиментным, доходным позициям.
* Определение стратегических, хозяйственных центров (СХЦ) банка, которые ответственны по закрепленными за ними СЗД.
* Разработка схем каналов покупки депозитных ресурсов, а также размещения активов банка.
* Разработка гибкой стратегии и тактики ценовых, процентных сеток по СЗД, клиентам, продуктам с учетом точек безубыточности.
* Анализ действующих банков-конкурентов, особенно предоставляющих аналогичные виды продуктов в тех же СЗД, и разработка мероприятий по их нейтрализации.
* Обеспечение социальной ответственности перед клиентами за принятые банком их депозитные вклады.
* Разработка, реализация многовариантных, непрерывных, комплексно сбалансированных стратегических и тактических планов маркетинга.
* Организация непрерывного обратного сбора информации, контроля на основе сравнительного анализа фактических показателей с плановыми показателями и быстрая их адаптация в связи с изменяющимися условиями рыночных ситуаций.

Маркетинговые службы банка собирают информацию о потребителях банковских услуг на рынке действия банка, о клиентах банка, об удовлетворении их интересов структурами банка и его сотрудниками, осуществляющих непосредственный контакт с клиентом, и о путях и средствах продвижения услуг и имиджа банка и его эффективности.

Существует несколько вариантов создания маркетинговых служб. В частности маркетинговая служба может являться:

* частью какого-либо организационного направления деятельности банка;
* самостоятельным направлением деятельности коммерческого банка;
* инструментом координации и контроля всей деятельности банковского учреждения.

В практике банков могут быть использованы следующие типы организации маркетинговой деятельности:

* функции отдельных работников маркетингового отдела, организованные по географическому принципу, то есть они обслуживают отдельные географически обособленные рынки (рыночные сегменты, ниши, окна, районы города, области, регионы России);
* рыночный принцип, согласно которому специализация сотрудников проводится по отдельным социальным группам и контактным аудиториям, формирующим собственный рыночный сегмент (отрасль, VIP-клиент и т.д.);
* товарный принцип, который обуславливает разделение маркетинговых функций сотрудников по сферам банковских услуг, представляемых независимо от рыночной принадлежности потребителей (кредиты, ценные бумаги);
* матричная система организации маркетинга, основанная на специализации как по товарам (видам банковских услуг), так и по рынкам в зависимости от конкретной ситуации.

В практической части дипломной работы была исследована деятельность маркетинговой службы Сбербанка РФ.

Основной целью деятельности банка является привлечение денежных средств от физических и юридических лиц, осуществление кредитно-расчетных и иных банковских операций и сделок с физическими и юридическими лицами для получения прибыли.

Миссия Банка - обеспечивать потребность каждого клиента, в том числе частного, корпоративного и государственного, на всей территории России в банковских услугах высокого качества и надёжности, обеспечивая устойчивое функционирование российской банковской системы, сбережение вкладов населения и их инвестирование в реальный сектор, содействуя развитию экономики России.

Сбербанк России уверенно сохраняет за собой позиции лидирующего кредитного института Российской Федерации. По состоянию на 1 июля 2006 года его доля в активах банковской системы составила 26,3%.

Служба маркетинга в Сбербанке России построена по функциональному принципу, т.е. по принципу ответственности отдельных лиц отдела за выполнение отдельной локальной функциональной задачи отдела. Руководитель банка получает от маркетинговой службы информацию о развитии банковского продукта, о том, в каком направлении нужно совершенствовать услуги банка и какие новые разрабатывать, каким должен быть ассортимент предлагаемых услуг, каковы сроки обновления банковских услуг и т.д.

Службой маркетинга Сбербанка разрабатывается политика продаж банковских продуктов и услуг, ценовая и рекламная политика.

Сбербанк России видит своих клиентов среди всех групп населения страны, предприятий любой формы собственности во всех отраслях народного хозяйства, кредитных организаций и других финансовых учреждений, институтов государственного управления. Банк остается социально ориентированным и учитывает это в работе с клиентами.

С каждым клиентом Сбербанк России стремится к установлению долгосрочных партнёрских отношений. С этой целью Банк прогнозирует развитие потребностей клиентов, появление новых направлений банковского бизнеса, проводит маркетинговые исследования, разрабатывает и предлагает полный спектр банковских продуктов и услуг.

Основными направлениями политики продажи банковских продуктов и услуг являются:

1. Обеспечение потребностей массовой клиентуры в сбережении, накоплении и заимствовании средств, проведении расчетов, ведении бизнеса. Предоставление стандартного набора конкурентоспособных продуктов и услуг, предназначенных для различных региональных, отраслевых и социальных групп клиентов.

2. Создание системы индивидуального обслуживания клиентов, включающей полный спектр банковских продуктов и услуг, отвечающих международным стандартам.

Банк стремится интегрировать отдельные банковские операции и предлагать комплексные решения своим клиентам, позволяющие учитывать весь спектр индивидуальных потребностей. Стимулирование комплексных продаж пакетов банковских продуктов позволяет увеличить объемы комиссионных доходов Банка за счет роста продаж. Снижение стоимости комплексного продукта для клиента по сравнению с розничной ценой на отдельные продукты и услуги способствует интеграции клиента в более тесное многопрофильное сотрудничество с Банком. Эволюция системы продаж будет осуществляться посредством постоянного расширения стандартных пакетов банковских продуктов и услуг массового потребления за счет тиражирования новых продуктов и технологий, разработанных в рамках индивидуального обслуживания, наращивании предложения комплексных пакетов продуктов и услуг.

Банк проводит процентную и тарифную политику, исходя из рентабельности операций и оценки рыночных условий. Значительные объемы продаваемых продуктов и предоставляемых услуг снижают себестоимость отдельных операций и тем самым обеспечивают наиболее конкурентные цены для клиентов Банка. Ценовая политика Банка отражает как региональные различия, так и особенности проводимых операций с основными категориями клиентов. При оказании комплексных услуг Банк учитывает эффективность взаимодействия с клиентом по общему финансовому результату. Банк сохраняет социально-ориентированную процентную политику, в первую очередь, на рынке привлечения средств населения.

Каждое конкурентное преимущество Банка, каждый новый продукт, предлагаемый к продаже, должны быть известны и понятны клиентам, легко сравнимы и выгодно отличаться от предложений конкурентов. Реализуя принцип прозрачности, Банк будет расширять сотрудничество со средствами массовой информации по распространению достоверной информации о Банке. Существенно возрастет объем представляемой информации в Интернете, улучшится информирование клиентов о стандартах фирменного обслуживания, условиях предлагаемых продуктов и услуг, технологических возможностях Банка. Войдут в практику клиентские семинары и конференции, целевые рекламные акции, ориентированные на конкретную группу клиентов, получит развитие система адресной рекламы.

В рекомендательной части дипломной работы были предложено усовершенствовать организационную структуру маркетинговой службы банка и расширить ее функции.

Предлагается создать целостную систему маркетинга, ориентированную на изучение конъюнктуры региональных рынков, потребностей и запросов клиентов, разработку и совершенствование банковских продуктов и услуг. Формированием стратегии для каждой ниши рынка должны заниматься разные маркетологи в отделе. Другими словами, если сейчас отдел маркетинга Сбербанка построен по функциональному признаку (один занимается исследованием рынка, второй – стимулированием продаж, третий – разработкой новых продуктов и услуг), то лучше, на наш взгляд, при сохранении функционального признака разбить отдел маркетинга на подразделения, каждое из которых будет заниматься только своими клиентами: 1 подразделение – физическими лицами, 2 подразделение – юридическими.

Что касается расширения функций маркетинговой службы Сбербанка, то здесь были обоснованы следующие новые функции маркетинговой службы:

1) внутренний маркетинг;

2) контроль маркетинговой деятельности;

3) создание и ведение баз данных, ориентированных на клиента.

# Список использованной литературы

1. Гражданский Кодекс РФ
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 21.11.1996  129-ФЗ
3. Федеральный закон от 2.12.90 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» с изменениями и дополнениями.
4. Федеральный закон № 17-ФЗ «О банках и банковской деятельности» от 03.02.96г.
5. Инструкция ЦБ «Об обязательной продажи части валютной выручки на внутреннем валютном рынке РФ» от 30.03.2004 *№ 111-И*
6. Положение ЦБ РФ « О правилах ведения бухгалтерского учета в кредитных организациях, расположенных на территории РФ» от 26.03.2007» 302 –П.
7. Положение Банка России от 28.08.97 №509 «ОБ организации внутреннего контроля в банках» с изменениями и дополнениями.
8. Положение ЦБ РФ «О порядке ведения кассовых операций в кредитных организациях на территории РФ» от 9.10.2002 № 199-П.
9. Указание ЦБ РФ «О порядке учета уполномоченными банками отдельных видов банковских операций и иных сделок с наличными иностранной валютой и валютой РФ, чеками, номинальная стоимость которых указана в иностранной валюте, с участием физических лиц» от 11.06.2004 № 1446-У.
10. Указание ЦБ РФ «О правилах составления и представления отчетности кредитными организациями в Центральный банк РФ» от 16.01.2004 № 1375-У
11. Указание ЦБ РФ «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчетности кредитных организаций ЦБ РФ» от 16.01.2004 № 1376-У.
12. Указание ЦБ РФ «О составлении и представления финансовой отчетности кредитными организациями» от 25.12.2003 № 1363-У.
13. И. Т. Балабанов «Банки и банковская деятельность» // С. -Петербург, Изд. «ПИТЕР», 2001г.
14. Е. Ф. Жуков «Банки и банковские операции» // М., Изд. «ЮНИТИ» 1997г.
15. А. А. Колесников «Банковское дело» // М., Изд. «Финансы и статистика», 1999г.
16. О. И. Лаврушин «Банковское дело» // М., Изд. «Финансы и статистика», 1999г.
17. Банковская энциклопедия. Под ред. С.И. Лукаш. - Днепропетровск: Каиса – Плюс, 1994.
18. Банковское дело: учебник. Под ред. В. И. Колесникова. - М.: Финансы и статистика , 2003.
19. Банковское дело: учебник. Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2002.
20. Козлова Е.Н, Галанина Е.Н. Бухгалтерский учет в кредитных организациях. М.: Финансы и статистика, 2002.
21. Коробов Ю.И., Коновалова Е.А., Шулькова Н.Н. Бухгалтерский учет в кредитных организациях. М.: МЭСИ, 2002.
22. Костерина Т.М. Банковское дело. – М.: МЭСИ, 2003.
23. Данько Т.П. Управление маркетингом. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 349с.
24. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. - М.: Высшая школа, 1995. – 420с.
25. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг. - М.: Международные отношения, 2002. – 387 с.
26. Зубченко Л.А. Новые тенденции в развитии банковского маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом, 2000. - №1.
27. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2004. - 648 с.
28. Максютов А. А. Банковский менеджмент: Учебно-практ. пос. – М.: Экономика, 2005. – 320с.