Введение

Банковская система - одна из важнейших и неотъемлемых структур рыночной экономики. Банки как финансовые посредники привлекают капиталы хозорганов, сбережения населения, и другие свободные денежные средства, высвобождающиеся в процессе хозяйственной деятельности, и выдают их во временное пользование заемщикам, проводят денежные расчеты и оказывают другие многочисленные услуги для экономики, тем самым непосредственно влияя на эффективность производства и обращение общественного продукта.

Между тем, Казахстан стал одним из первых государств в мире, оперативно отреагировавших на нарастающую турбулентность мировой экономики и приступивших к реализации опережающих мер.

Высокий уровень роста кредитования в Казахстане, характерный для предыдущих периодов, сменился более умеренными темпами, что в свою очередь не могло не повлиять на уровень развития финансовых отношений в стране. Ужесточившиеся условия по фондированию на внешних рынках привели в свою очередь к ответным мерам и в отношении внутренних потребителей услуг финансового сектора в виде ужесточения условий кредитования со стороны банков и повышения ими процентных ставок. Изменение стандартов кредитования в сторону ужесточения привело к снижению кредитной активности финансового сектора.

Чтобы сохранить стабильность финансовой системы предоставлена банкам дополнительная ликвидность. Это было сделано для обеспечения экономической активности малого и среднего бизнеса, крупных предприятий.

Увеличена сумма гарантированного возмещения по вкладам физических лиц с 700 тысяч до 5 миллионов тенге. Государство помогло снизить риски банковского сектора, связанные с внешним заимствованием и достаточностью собственного капитала.

Современный этап развития банковского бизнеса в Казахстане характеризуется значительным увеличением объёма розничных банковских услуг, под которыми понимаются операции обслуживания физических (частных) лиц. Для завоевания устойчивых позиций на кредитном рынке банку необходимо решить задачи создания уникальных кредитных продуктов, эффективной оценки кредитоспособности заёмщика, улучшения качества обслуживания клиента.

Реализация этих задач возможна адекватной информационной системой банка. В процессе своей деятельности банк вступает в контакт с различными типами аудиторий: конкурентами, клиентами, государством и т.д., с которыми банк взаимодействует с целью оптимизации прибыли.

Однако это не единственная цель, которую преследуют банки, функционируя на рынке банковских услуг. Кроме этого банки стремятся обеспечить оптимальное сочетание ликвидности и доходности финансовых ресурсов, создание и поддержку репутации банков и т.д. В свою очередь, хорошая репутация известность банка влияет на количество клиентов, обращающихся именно в этот банк.

Отношения банка с клиентурой возникает в процессе покупки / продажи банковских продуктов. Они включают в себя: предоставление кредитов, открытие депозитных счетов, операции по выпуску, покупке или продаже ценных бумаг, валютные отношения, расчетные операции, а также трастовые услуги, хранение драгоценностей и т.п.

Выполнение банковских операций с широкой клиентурой - важная особенность современной банковской деятельности во всех странах мира, имеющих развитую кредитную систему.

Известно, что ведущие коммерческие банки Казахстана стремятся выполнять широкий круг операций и услуг для своих клиентов с тем, чтобы расширить свою доходную базу, повысить рентабельность и конкурентоспособность. При этом важно иметь в виду, что развитие банковской деятельности предполагает предоставление банковских услуг с минимальными издержками для клиентов и самого банка, использование приемлемых цен на услуги, необходимые клиентам.

Эффективная гибкая система банковских услуг и операций с широкой клиентурой может и должна способствовать мобилизации внутренних сбережений. Особое значение приобретает в этой связи гибкое банковское обслуживание, способное реагировать на формирующиеся потребности изменяющейся экономики. Конкуренция на рынке банковских услуг также влияет на количественные и качественные характеристики банковского обслуживания.

На ряду с выполнением традиционных банковских услуг населению – привлечением средств в депозиты, предоставлением ссуд и осуществлением расчетно-кассового обслуживания населения - современные банковские институты в нашей стране начинают выполнять также электронные услуги, маркетинговые исследования по заказу клиентов, валютные операции, прочие услуги, в том числе трастовые, информационно-справочные консультационные, фондовые и другие.

Значение активизации роли банков, обслуживающих население, состоит в том, чтобы при наименьших затратах содействовать максимальному эффекту, наиболее полному удовлетворению потребностей клиентов в банковском обслуживании, улучшению качества банковского обслуживания частных лиц, расширению спектра банковских услуг и снижению их себестоимости.

Выше изложенное, а также тот факт, что современное состояние и перспективы развития банковского обслуживания населения не было предметом специального исследования экономистов в нашей стране, подчеркивает новизну и актуальность темы данной работы в условиях перехода к рынку.

1. Зарубежный опыт розничных банковских услуг в посткризисный период

банковский овердрафт ссуда

За свою многовековую историю коммерческими банками зарубежных стран накоплен огромный опыт обслуживания частных лиц. Банки предлагают населению широкий перечень услуг, включающий различные виды счетов, потребительское и ипотечное кредитование., услуги по пластиковым картам, мобильный банкинг и услуги через Интернет, консультации по различным финансовым вопросам.

В условиях посткризисного периода, рынок розничных банковских услуг характеризуется насыщенностью и острой конкуренцией. Большинство населения уже охвачено банковскими услугами. В среднем в Европе в расчете на душу населения приходится более 100 банковских счетов. Несмотря на доминирующую роль банковских учреждений в обслуживании населения, все интенсивнее становится конкуренция со стороны небанковских финансовых институтов. Одним из проявлений острой конкурентной борьбы на рынке банковских услуг для населения стало вторжение крупных нефинансовых корпораций в банковское дело. Такие фирмы, как IBM, GE, Ford Motors и другие пошли по пути создания собственных или покупки уже действующих специализированных финансовых учреждений. Все более активизируются в этом направлении американские компании.

Лидируют автомобилестроительные компании -Volkswagen и Toyota. В автосалоне Volkswagen можно, наряду с машиной, получить ипотечный кредит, и это обойдется дешевле, чем аналогичная услуга в обычном банке. Выпуск банковских карт и кредиты на покупку машин существуют уже достаточно давно, но сейчас там можно открыть чековый счет или депозит.

Финансовое подразделение другой автомобильной компании - Toyota Financial Services также планирует предложить потребителям большой набор услуг, в том числе счета денежного рынка. У General Motors и BMW уже есть банки в США.

Крупные торговые сети также имеют финансовые подразделения, оказывающие банковские услуги (например, торговая сеть Nordstrom с 2001 года предлагает чековые счета и другие продукты).

У банковских подразделений промышленных и торговых компаний есть очевидные недостатки, например, отсутствие привычных банковских офисов, Вместе с тем, приобрести некоторые банковские услуги в таких банках можно со значительными скидками. Например, получатель ипотечного кредита в банке Volkswagen при покупке машины может получить скидку до $1700. [160] «Псевдобанки» предлагают, в общем, более выгодные условия, чем обычные банки. Так, принадлежащий General Motors GMAC Bank предлагает по денежному счету 2,11%, в то время как средний уровень процентных выплат в США составляет по подсчетам аналитиков 0,5%.

Усиление конкуренции, проникновение на рынок банковских услуг небанковских финансовых учреждений, устранение разграничений различных видов банков стимулируют расширение предлагаемых услуг, активное внедрение новых продуктов, проникновение банков в смежные отрасли.

Традиционными видами услуг, предлагаемых частным лицам, являются ведение счетов клиентов и прием вкладов. В настоящее время банки предлагают частным лицам разнообразные виды вкладов.

Банки Великобритании вплоть до 70-х годов открывали индивидуальным клиентам только три вида счетов: текущие, депозитные и сберегательные. Теперь, конкурируя с другими финансовыми посредниками, банки предоставляют гораздо более широкий выбор счетов. Текущие счета более привлекательны из-за возможности снятия денежных средств по чеку и на определенных условиях получения овердрафта. Такие счета предназначены для клиентов, имеющих доход, из которого должны финансироваться ежедневные расходы.

В последние годы банки сделали эти счета более привлекательным, предоставляя дополнительные возможности, такие как начисление процентов по ежедневному остатку по счету, карточки банковских услуг (для получения наличных в банкоматах). Некоторые банки предоставляют текущие счета с возможностью автоматического овердрафта. При этом при овердрафте, не превышающем лимита, не взимаются проценты, а в случае превышения определенной суммы проценты и комиссионные взимаются на более льготных условиях, чем с клиентов, которые берут взаймы без использования подобного счета.

Для клиентов, которые хотят иметь на счете крупные суммы денег с возможностью их изъятия в любой момент времени и при этом получать высокие проценты, банки предлагают текущие счета с высокими процентами. Банки обычно указывают минимальный остаток, который должен поддерживаться на счете или устанавливают ступенчатые процентные ставки.

Сберегательные вклады предназначены для ликвидного вложения небольших сбережений. Такие вклады удостоверяются сберегательной книжкой. Средства со счета могут изыматься как в полной сумме, так и частично. В некоторых странах по ним устанавливаются налоговые льготы.

В Великобритании в 1991 году правительством была установлена специальная система для поощрения сберегательных вкладов. TESSA - это свободные от налогов, специальные сберегательные счета. Каждому лицу разрешается иметь только один счет TESSA, поэтому клиенты должны регистрироваться. Максимальная сумма, которую можно инвестировать на 5-летний период, составляет 9000 фунтов. Если вложенные суммы не снимаются со счета в течение всего 5-летнего срока, то подоходный налог не взимается. Но, если до окончания этого срока сняты проценты, из них вычитаются налоговые выплаты, а любое изъятие основной суммы приводит к потере всей безналоговой льготы.

Банки Франции практикуют такие виды сберегательных вкладов, как кредитио-еберегательяые счета и планы. Сберегательные планы - это договоры, заключаемые между частными лицами и банками (или другими сберегательными учреждениями). По ним предусмотрены налоговые льготы, обязуется в течение определенного времени хранить свои сбережения на счете в банке. При наступлении срока, клиент может снять всю сумму вместе с процентами. При этом он получает право на получение в байке целевого кредита для приобретения жилья либо создания предприятия.

В США сберегательные вклады являются наиболее традиционной формой краткосрочных и среднесрочных накоплений, но в последние годы популярность этих счетов снижается. В начале 50-х годов на этих счетах аккумулировалось 30-40% всех вкладов американцев в банках, то в начале 90-х их доля достигала только 10-15%. Основными причинами оттока вкладов стали предложение новых видов счетов и развитие потребительского кредитования. Сберегательные вклады в американской банковской практике можно подразделить на три основных типа:

1) депозиты на сберегательных книжках;

2) счета с выпиской состояния сберегательного вклада;

3) депозитные счета денежного рынка.

Депозиты на сберегательных книжках предлагались банками США до 70-х годов в качестве основных видов вкладов. По счетам на сберегательной книжке минимальный остаток средств на счете не устанавливается. Вкладчики могут снять наличные деньги со счета без предварительного уведомления, хотя банки по закону имеют право этого требовать. Банки могут устанавливать дополнительную плату за обслуживание счета, например, за частое снятие наличных денег.

Счета с выпиской состояния сберегательного вклада сходны со счетами на сберегательной книжке. Их особенностью является то, что сберегательная книжка по таким счетам не ведется, а для отражения операций по счету используются периодические выписки о состоянии счета. Это позволяет вкладчику поддерживать отношения с банком через почту.

Депозитные счета денежного рынка были впервые введены в 1982 году в США. Эти счета отличаются от счетов на сберегательных книжках тем, что норма процента по ним корректируется еженедельно исходя из изменений на финансовых рынках. По этим счетам также не используются сберегательные книжки. Они не имеют какого-либо определенного срока, и вкладчик может снимать средства со счета сразу.

Особое место среди банковских депозитов занимают индивидуальные пенсионные счета, которые представляют собой, специальные сберегательные или срочные вклады. Эти счета предназначены для осуществления накоплений к старости. По этим счетам предусмотрены ежегодные взносы. Снять средства с такого счета можно только по достижении пенсионного возраста, который в США. начинается с 60 лет. Доход но этим вкладам при соблюдении условий не облагается налогом.

Анализируя депозитные услуги зарубежных банков, следует отметить, прежде всего, разнообразие предлагаемых вкладов. Представляют интерес, на наш взгляд, счета денежного рынка, пенсионные счета, сберегательные целевые вклады, дающие возможность, при соблюдении условий договора, получить кредит на льготных условиях.

Однако особенности российского законодательства накладывают определенные ограничения на использование зарубежного опыта в нашей стране. В соответствии с Гражданским Кодексом коммерческие банки не могут изменять процентные ставки по вкладам граждан. Поэтому населению можно предложить текущие счета с изменяющейся процентной ставкой.

В зарубежных странах широкое развитие получило потребительское кредитование, В странах континентальной Европы банками практикуется предоставление населению кредита по индивидуальным контокоррентным счетам. В англосаксонских странах сильнее развит кредит, предоставляемый частным лицам в форме овердрафта по их персональным текущим счетам. После второй мировой войны в Великобритании, Германии, Канаде, США, Франции и других странах распространился возобновляемый банковский кредит, предоставляемый физическим лицам в форме овердрафта, ипотечный жилищный кредит. Банки Франции и Германии начали предоставлять ссуды под сбережения на жилищное строительство при финансовой поддержке правительств. Позднее стали развиваться кредиты по карточным счетам, кредиты на приобретение товаров длительного пользования, сервисные ссуды, выдаваемые частным лицам на оплату услуг, связанных с лечением, организацией отдыха, получением образования. В настоящее время потребительские кредиты составляют 53% от ВВП, в среднем по странам ЕС, 28% в Польше , 74% в США. [171, с.23]

В 80-х годах удельный вес ссуд, выданных на покупку товаров и услуг, в активах коммерческих банков составлял в Великобритании 23%, Канаде -27%, США -25%.

В 90-х годах доля кредитных операций в активах банков (в том числе кредитов населению) сократилась за счет роста консультационных услуг и забалансовых операций. Большинство банков стремились обслуживать корпорации и избавлялись от частных клиентов. Но в начале XXI века банки вновь активизировали работу с частными лицами.

Исторически в разных странах сложилась различная практика организации потребительского кредита. Рассмотрим ее особенности на примере нескольких экономически развитых стран.

В английской банковской практике существуют персональные текущие счета с различным режимом овердрафта. Для некоторых типов текущих счетов предусмотрен автоматический овердрафт в определенных пределах и при установленной процентной ставке. По некоторым видам овердрафта проценты байками не взимаются (например, для студентов).

Преимущество овердрафта по сравнению с фиксированной ссудой заключается в том, что проценты взимаются ежедневно только с остатка долга, и поэтому заемщик выплачивает меньшие процентные платежи. Однако по текущим счетам с овердрафтом банки могут устанавливать комиссионные сборы, а при разовых ссудах комиссионные, как правило, не взимаются.

Британские банки открывают частным лицам счета семейного бюджета. Эти счета предназначены для осуществления регулярных платежей, например, за коммунально-бытовые услуги. В банковской практике бюджетные счета часто называют личными ссудными счетами. Основанием для открытия бюджетного счета является соответствующее заявление клиента. Клиент заполняет также бланк «бюджетного плана» с указанием планируемых взносов на весь год с равномерным распределением по месяцам. По личному ссудному счету банком устанавливается лимит кредитования, размер которого связан с суммой ежемесячных взносов клиента. Обычно этот лимит равен 30-кратной сумме ежемесячного взноса на бюджетный счет.

По кредитовому сальдо бюджетного счета банком выплачиваются проценты но фиксированной процентной ставке, за. дебетовое сальдо - с клиента снимаются проценты. За услуги по бюджетному счету банк взимает комиссионные.

Персональные ссуды с фиксированными ежемесячными взносами предоставляются байками Великобритании частным лицам на определенные цели, например, приобретение товаров длительного пользования, реконструкцию дома и т. д. Обеспечением кредита служит, как правило, полис страхования жизни. Ссуды предоставляются на срок до 5 лет. Погашается кредит ежемесячными фиксированными взносами, которые включают основную сумму долга и часть процентов.

В Германии к персональным ссудам относятся мелкие кредиты без указания целей использования. По срокам это средне - и краткосрочные кредиты. Кредит погашается равными платежами, которые включают часть основного долга и проценты за пользование кредитом. Банк взимает также комиссию за оформление кредита. Dresdner bank предлагает своим клиентам кредиты от 1500 Евро на срок от 6 до 72 месяцев. Для получения кредита необходимо представить сведения о платежеспособности, удостоверение личности или туристический паспорт.

Объемы кредитования населения во Франции из года в год увеличиваются. В течение 15 лет (до 2002 года) объем потребительских кредитов возрастал в среднем на 7,1% в год.

Формы потребительских кредитов и займов различны, но имеют ряд общих характеристик: их сумма не должна превышать 21,5 тыс. евро; они должны предоставляться на срок не менее трех месяцев; их могут предоставлять только банки, кредитные учреждения и крупные торговые сети.

Главными формами кредитов являются персональные займы, целевые кредиты, возобновляемые (револьверные) кредиты, кредиты по карточкам.

Обычно французы предпочитают получать персональные кредиты, сумма которых в 2002 году увеличилась на 5,1%, достигнув почти 50 млрд. евро, а их доля в общей сумме потребительских кредитов составила 46%. Персональные займы предоставляются лицам, получающим доходы или имеющим значительные сбережения. Получив персональный кредит, заемщик может его расходовать по своему усмотрению.

Целевой кредит (Le credit affecte) в отличие от персонального предоставляется на определенные цели: оплату досуга (отдых, путешествия), на покупку нового автомобиля и т.д. Цель и условия использования кредита четко оговариваются в договоре, и если договор не соблюдается, то кредит аннулируется. В последнее время доля банков в предоставлении целевых кредитов уменьшается, они все чаще предоставляются автомобильными салонами и туристическими фирмами.

Развиваются и кредиты по картам. В 2003 году во Франции появились новые мультисервисные карты Visa, являющиеся одновременно международными банковскими картами, картами для расчетов в торговой сети и кредитными картами. Кредиты по таким картам предоставляются под более высокие проценты, Стоимость годового обслуживания у ведущих французских банков колеблется от 12,5 до 35 евро. Некоторые банки за первый год использования карты не взимают никакой платы, а ряд кредитных учреждений (например, Cetelem) предлагают карты бесплатно.

Данные об уровне процентных ставок (без учета расходов по страхованию) по различным типам кредитов представлены в таблице .

Таблица 13 - Годовые процентные ставки по различным видам кредитов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Банки и кредитные учреждения | Типы кредитов | | | |
|  | Револьверный | На покупку автомобиля | На досуг | Персональный |
| ВНР Paribas | 12,24-21,25 | 6,04-9,81\* | нет | 6,04-9,81 |
| Cetelem | 16,74 | 5,5 | 9,96 | 9,96 |
| Credit agricole | 11,74-1632 | 4,15 | 6,65 | нет |
| Credit lyonnais | 10,47-16,74 | нет нет | нет | 4,63 |
| Sociele generale | 10,43-35,80 |  | нет | 4,5 |

\* включая страховку

В США к персональным ссудам относят индивидуальные ссуды без обеспечения. Американские банки предоставляют такие ссуды только лицам, имеющим определенный годовой доход. Типичный размер необеспеченных кредитов, выдаваемых банками США, не превышает 2500 долл., а срок погашения - до двух лет.

Широкое развитие получили за рубежом ссуды на оплату образования. Такие ссуды предоставляются родителям детей, учащихся в школах, колледжах и университетах, и студентам. Как правило, это долгосрочные ссуды. Предельный срок погашения кредита может составлять 30 лет. Заемщики - родители могут получать средства по ссуде в течение длительного времени - до 10 лет - для оплаты последовательного обучения детей в школе, колледже, университете. Максимальный размер не устанавливается. Сумма кредита определяется банком индивидуально по согласованию с самим клиентом в договоре. Для студентов, изучающих определенные дисциплины, например, медицину, банки могут устанавливать дополнительные льготы.

Существуют специальные программы кредитования для студентов бизнес-школ. Банк ABN AMR.O предоставляет студентам французской бизнес-школы INSEAD кредиты сроком на 6 лет по ставке примерно 10% - LIBOR плюс 3%. Погашение кредита начинается через полгода после получения диплома.

Самой известной программой, действующей в США, является CItiAssist, осуществляемая школами совместно с Citibank. Кредиты выдаются на сумму, покрывающую стоимость обучения и проживания и выдаются на 13-15 лет. Условия получения и погашения различаются в разных учебных заведениях.

В США активно развиваются инновационные услуги банков. Практически любой американский владелец iPhone, Droid или BlackBerry может воспользоваться своим телефоном для покупки хот-дога или кофе и перебросить пару долларов на счет друга. Но к концу года, возможно, эпоха пластика и винила окончательно сменится эрой цифровых технологий.

В то время как компании несколько лет экспериментировали с бесконтактными мобильными платежами, ожидается, что в 2011 году эта технология заработает в полную силу, потому что в продажу поступят миллионы телефонов с функцией мобильной оплаты. В результате этого наплыва к 2015 году объем бесконтактных операций на данном рынке составит $22 млрд., в то время как в прошлом году этот показатель был, по сути, ничтожным, по данным Aite Group.

Но это не означает, что это произойдет за одну ночь, считает Джейн Клонинген, директор специализированной компании Edgar Dunn & Co.

Компании, включая Visa, MasterCard, Google, Bank of America, Citi и U.S. Bank тестируют бесконтактные мобильные платежи, и многие намерены запустить мобильные бумажники в этом году.

Тем временем, AT&T, T-Mobile и Verizon в сотрудничестве с Discover и Barclays в ноябре прошлого года создали объединенную платежную сеть Isis, которая должна составить конкуренцию Visa и MasterCard. Мобильный бумажник Isis позволит потребителям хранить несколько карт, производить оплату с помощью телефона, проверять остатки, получать купоны и использовать призовые баллы в точке продажи. Но бумажник может выйти за рамки простого вместилища денег. Некоторые эксперты считают, что в нем скоро будут храниться страховые полисы, водительские права и другие документы, которые обычно можно найти в бумажнике.

Платежный [аналитик](http://bankir.ru/news/article/8730601) Javelin Research and Strategy Бен Робертсон предполагает, что это может означать переход потребителей на бесконтактное снятие наличных посредством поднесения телефона к банкомату подобно покупке в точки продажи.

Но так как в смартфоне сейчас содержится все больше информации и денег, он быстро становится опаснейшим устройством.

Эд Гудман из Identity Theft 911 убежден, что мы все больше «живем в телефоне». Проблема в том, что люди пока не готовы думать о бумажнике в рамках телефона. Неважно, насколько хорошо будет защищен телефон или платежи, все равно найдутся люди, способные обойти ее, пояснил он.

Однако представитель Isis Фраческа Ниско заявила, что во время тестирования потребители выразили свою готовность перейти на цифровые бумажники, несмотря на опасения по поводу безопасности. По ее словам, компания все еще работает над процессом проведения платежа, но система, защищенная шифрами и паролями, обеспечит защиту потребительской информации.

Прогнозируя рост потребности в кредитах на образование в связи с . увеличением стоимости образовательных услуг4, мы считаем, особый интерес представляет опыт зарубежных банков в этой области. Однако для развития программ кредитования студентов необходимо сотрудничество банков с учебными заведениями. Кроме того, многие специальности являются низкооплачиваемыми, и не все выпускники, начав работать, смогут погасить кредит. В этой связи представляется необходимым разработка государственной политики в сфере образования, предусматривающей льготы, предоставление грантов для студентов отдельных специальностей.

За рубежом пользуются популярностью и ссуды на покупку автомобилей. Условия по данным видам кредитов различаются в разных байках. Сумма кредита зависит от того, какую машину хочет купить заемщик. Если кредит берется для покупки новой машины, то размер кредита может составлять 90% стоимости машины; если приобретается подержанный автомобиль, размер кредита может составлять 98-99% от стоимости машины. Средний срок погашения кредита составляет 4 года.

Dresdner Bank предоставляет автокредит на покупку автомобиля на сумму от 10 000 до 25 000 Евро на срок от 6 до 72 месяцев по специальной ставке 5,75%.

После второй мировой войны в США, Канаде, Западной Европе, Японии получили распространение жилищные ссуды. Кредиты на финансирование жилищного строительства или приобретение дома не включаются статистикой развитых стран в категорию потребительских и выделяются в отдельную группу кредитов - ссуды под недвижимость, В настоящее время в Европе более 50% жилья приобретается в кредит.

В практике зарубежных банков срок жилищного кредита колеблется от семи до двадцати, иногда тридцати лет. Как правило, применяются плавающие или пересматриваемые процентные ставки, Во многих странах государством устанавливаются определенные льготы для заемщиков, исходя из социального положения. Ипотечные кредиты предоставляются универсальными и ипотечными банками, а также специализированными кредитными учреждениями, В Западной Европе более 50% ипотечных кредитов предоставляются универсальными банками. Несмотря на доминирование одноуровневой модели ипотечного кредитования, в разных странах сложились и сохраняются характерные национальные особенности.

Английские банки начали активно предоставлять частным лицам ссуды на приобретение жилых домов в начале 80-х годов и теперь конкурируют со строительными обществами в сфере ипотечного жилищного кредитования. Ипотечные жилищные ссуды выдаются физическим лицам под закладные на дома, которые дают банкам право распоряжаться этой недвижимостью. Максимальный размер кредита может достигать 95% от стоимости жилья и ограничивается годовым доходом заемщика, Закладные предоставляются банками на длительные сроки - до 25 лет или до момента выхода заемщика на пенсию (смотря какой срок наступит раньше).

В Германии действует наиболее известная модель контрактных сбережений, реализуемая через строительно-сберегательные кассы, которые являются одним из основных институтов инвестирования жилищной сферы в стране. Строительство каждых трех из четырех единиц жилья финансируется с участием системы стройсбережений

По субсидируемой государством системе Bausparvertrag (строительно-сберегательный договор), любой желающий приобрести квартиру или дом может в течение 6-8 лет накопить часть необходимой суммы, а остальное (на льготных условиях) ему предоставляет банк. Правда, такие льготные кредиты предоставляются лишь молодоженам и многодетным семьям на сумму, равную одной трети полной стоимости жилья, но не более чем 100 тыс. евро.

Ипотечные кредиты предоставляются также универсальными и ипотечными банками. Первоначальный взнос зависит от среднего дохода клиента, его возможностей погашать кредит и от уже имеющихся накоплений, В Германии стандартной схемой приобретения собственного жилья является предоставление ипотечного кредита при наличии третьей части от всей необходимой суммы. Ипотечные кредиты предоставляются на срок до 30 лет. Процентные ставки колеблются от 5.2 до 8%. Сейчас отмечается снижение процентных ставок по ипотечным кредитам. Например, кредит на 10 лет предоставляется под 5% годовых, а минимальная сумма, которая должна быть выплачена в первые год-два составляет 1% от всего кредита. [203]

Ипотечное кредитование быстро развивается и во Франции. В 2000-2002 годах доля полученных населением займов на приобретение жилья на срок свыше 20 лет в общем объеме займов, предоставленных по фиксированным процентам, возросла с б до 26%.

Жилищное кредитование рассматривается банками как один из наиболее надежных способов не только привлечения, но и удержания клиентов. Это ведет к обострению конкуренции между банками, которые предлагают все более льготные условия кредитования. Ипотечные кредиты предоставляются, как правило, на 20 лет по фиксированным и переменным процентным ставкам. Размер фиксированных ставок колеблется от 4,5 до 5%. Эти ставки могут различаться в зависимости от размера первоначального взноса. У банка Credit lyonnais процентная ставка по ипотечному кредиту на срок 20 лет при оплате 20% стоимости жилья составляет 4,8%, а при отсутствии первоначального взноса - 5%.

Такое же правило действует и при предоставлении кредитов но переменным ставкам, но процентные ставки ежегодно или ежеквартально пересматриваются с учетом изменения базовой процентной ставки, в качестве которой чаще всего выступает ставка Eribor. Некоторые банки предлагают бонус в 0,2 процентных пункта (то есть снижение процентной ставки по ипотечному кредиту на 0,2 процента) при открытии сберегательного счета.

Все большее развитие получают кредиты, предоставляемые по кредитным карточкам. В США до 90% всей суммы потребительских ссуд предоставляется в рамках кредита по банковским кредитным карточкам.

Как правило, каждый банк предлагает нескольких видов кредитных карточек с различным спектром услуг, и плата за пользование карточками существенно различается,

В последние десятилетия все более широкое распространение получает такая форма, банковского обслуживания как Интернет-банкинг. В США первым Интернет-банком был Security First Network Bank, начавший свои операции 18 октября 1995 года. За первые полтора года существования в банке было открыто более 10 тыс. счетов.

В Европе первым виртуальным банком стал Advance Bank- дочерний банк Дрезденской банковской группы.

По данным статистики, к настоящему времени не менее 60% европейских банков предоставляют услуги Интернет-банкинга, причем для скандинавских стран этот показатель составляет 90%, а для США колеблется от 75 до 85%.

Доля клиентуры, пользующейся- Интернет-банкингом, в США составляет. 15- 20%.

Современный Интернет-банкинг предоставляет возможность клиентам без участия банковского персонала совершать следующие операции:

- осуществлять расчеты за товары и услуги (в том числе и через Интернет-магазины);

- осуществлять оплату жилищно-коммунальных услуг;

- оплачивать счета за связь (IP-телефония, мобильная связь, Интернет);

- осуществлять переводы денежных средств;

- открывать различные виды банковских счетов;

- пополнять и снимать деньги с карточных счетов;

- покупать и продавать драгоценные металлы и иностранную валюту;

- получать в режиме реального времени выписки о состоянии своих счетов.

Наряду с Интернет-банкингом все шире развивается другое направление удаленного банковского обслуживания - мобильный Интернет, когда для осуществления банковских операций клиентами используются сотовые телефоны. Клиентам предоставляется возможность оперативного доступа к своим счетам при помощи сотовых телефонов, поддерживающих протокол WAR, обеспечивающий доступ в Интернет с мобильного телефона. Клиенты имеют возможность получать информацию о движении денежных средств по счетам и осуществлять определенные платежи.

По оценкам специалистов, розничные банковские услуги в США, предоставляемые через отделения, сократятся к 2003 году но сравнению с 1998 годом с 36 до 28%. При этом прогнозировалось увеличение услуг, предоставляемых через компьютерные сети с 4 до 13%.

По, как показала практика, электронные банковские услуги развиваются не так быстро, как предполагалось.[164, с. 18] Развитие дистанционного банковского обслуживания сдерживается рядом факторов, в том числе я психологических. Так, при сделках на крупные суммы (например, при получении долгосрочного займа) клиент предпочитает физический контакт в банке. Например, сумма предоставленных через Интернет кредитов составила у банка Cetelem 100 млн. франков, или 0,01% всех предоставленных им кредитов.

Это подтолкнуло виртуальные банки к открытию стационарных центров. Мюнхенский Direkt Anlage Bank весной 1999 года начал создавать стационарные филиалы, которые представляют собой финансовые супермаркеты. По такому пути пошли многие банки, действующие в виртуальной сфере.

В европейских странах (за исключением стран, где существуют законодательные ограничения) интенсивное развитие переживает страховая деятельность банков. По оценкам некоторых авторов, в Германии доля сбыта страховых продуктов через банки составляет 25-30% и постоянно увеличивается.

За последние десятилетие значительно изменились отношения между банками и их клиентами - физическими лицами. В информационном сообщении Французской банковской федерации, опубликованном в феврале 2003 года, отмечалось, что сегодня банковский клиент является весьма информированной персоной, который учитывает межбанковскую конкуренцию, чтобы получить наилучшую услугу по наилучшей цене. Банки разрабатывают программы по привлечению и удержанию клиентов на основе более четкой сегментации.

За рубежом широко применяется возрастное деление клиентуры на основе жизненного цикла семьи. Предполагается, что человек в течение жизни проходит ряд последовательных этапов, на которых у него возникают определенные потребности. Это дает возможность объединить клиентов, находящихся на определенных этапах жизненного цикла, и обосновать на этой базе стратегию маркетинга.

Однако, как отмечают зарубежные специалисты, сегментация клиентов на основе данных критериев в современных условиях уже не является эффективной. Сегодня ей на смену должна придти стратегическая сегментация, которая может развиваться в следующих основных направлениях:

- разработка с помощью математических моделей матрицы, позволяющей на базе сегментаций клиентов определить от двух до четырех продуктов, которые с высокой вероятностью могут заинтересовать .клиентов данной группы;

- совершенствование управления многоканальными сетями распределения банковских продуктов. Этого можно достичь путем включения в базу данных о клиентах информации о том, какой канал получения банковских сообщений и какую форму отношений с банком предпочитает клиент;

- особенностями законодательства и его недостаточной разработанностью (например, банкам в Российской Федерации запрещено заниматься страхованием, в Закон «Об ипотечных ценных бумагах» необходимо внести поправки, чтобы он начал работать);

- действующей системой налогообложения (банки не могут использовать вклады с льготным налогообложением полученного дохода);

неточностью перевода отдельных иностранных терминов, в связи с чем, усложняется их адаптация к российским условиям;

- отсутствием необходимой инфраструктуры рынка банковских услуг (например, кредитные бюро в РФ только формируются);

- экономическими условиями (в настоящее время долгосрочное сбережение является невыгодным, и в практике российских банков отсутствуют долгосрочные накопительные вклады, например, на 10 лет, которые широко предлагаются населению за рубежом).

Несмотря на существующие сложности и посткризисный период, российские банки активно перенимают зарубежный опыт, прежде всего, в отношении кредитных продуктов и банковских карт.

Российский рынок розничных банковских услуг находится в стадии формирования; но уже испытывает конкурентное давление, в том числе и со стороны зарубежных банков, обладающих современными технологиями и опытом. Насыщение рынка и усиление конкуренции ведут к снижению значимости ценовых методов конкуренции. И как свидетельствует зарубежный опыт, банкам необходимо повысить эффективность использования маркетинга, ключевым элементом которого является продуктовая стратегия.

2 Современные проблемы розничных услуг банков в Республике Казахстан и пути их преодоления

Анализ направлений развития банковских услуг позволил обобщить предпосылки появления на рынке новых видов банковских услуг, основными из которых являются: формирование потребностей в специальных банковских услугах новых экономических субъектов, в частности предприятий среднего и малого бизнеса; создание финансово-промышленных групп; дальнейшее проведение реформ, в том числе в институциональных; развитие новых информационных технологий; расширение участия коммерческих банков в программах МБРР и ЕБРР.

В связи с этим для дальнейшего развития коммерческими банками банковских услуг требуется выбор стратегии, которая позволит обеспечить превращение сбережений, в том числе населения, в инвестиции и осуществление эффективного управления разработкой и продвижением банковских услуг для регионального бизнеса. Коммерческие банки при разработке стратегии должны учитывать такие факторы, как специфика регионов, потребности хозяйствующих субъектов в банковских услугах, в том числе местной промышленности, предприятий среднего и малого бизнеса местных органов власти.

На основании проведенного анализа состояния и тенденций развития банковского сектора Республики Казахстан, отдельных групп коммерческих банков, а также направлений развития розничных банковских услуг следует выделить и классифицировать факторы (таблица 14), определяющие содержание организационно-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности розничных услуг коммерческих банков в условия> диверсификации деятельности и освоения новых рынков.

Таблица 14 - Факторы, определяющие содержание организационно экономического механизма управления рынком банковских услуг

|  |  |
| --- | --- |
| Внешние факторы | Внутренние факторы |
| Укрепление банковского сектора;  Конкуренция на местном, региональном и межрегиональном уровнях;  Экспансия крупных банков в регионы;  Универсализация и специализация коммерческих банков;  Развитие информационных технологий, средств коммуникации;  Появление новых банковских продуктов, финансовых инструментов; | Диверсификация сфер деятельности коммерческих банков;  Потребность в освоении новых рынков для сохранения позиций банков на региональном рынке. Поиск путей повышения эффективности деятельности коммерческих банков;  Развитие ассортимента банковских услуг;  Индивидуальный подход ключевых клиентов коммерческих банков |

Исходя из систематизации факторов и параметров конкурентоспособности основных банковских услуг, в диссертации предлагаются схема и методы интегральной оценки конкурентоспособности банковских услуг. Они основаны на ценовой оценке конкурентоспособности и на оценке значимости параметров услуг для клиентов, относящихся к разным целевым группам или сегментам, что в совокупности позволяет получить комплексную оценку конкурентоспособности банковских услуг.

В результате исследования обоснованы принципы формирования организационно-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности услуг коммерческих банков:

- использование современных методов менеджмента, в том числе концепции персонального менеджмента и маркетинга, в частности маркетинга партнерских отношений;

- активное вовлечение бизнес - подразделений в формирование маркетингового плана банка, направленного на разработку и внедрение конкурентоспособных услуг, развитие партнерских отношений с клиентами;

- обеспечение гибкости производства банковских продуктов, совершенствования услуг, непрерывности и ритмичности процессов;

- соблюдение требований, предъявляемых к новым продуктам;

- обеспечение мобильности и гибкости банковских технологий, оптимального уровня автоматизации бизнес - процессов и минимизации рисков;

- нацеленность на оказание качественной банковской продукции в соответствии с требованиями клиентов;

- комплексность обеспечения конкурентоспособности, как самих услуг, так и технологий их предоставления клиентам; мониторинг потребностей бизнеса приоритетных клиентов банка в банковских услугах; мониторинг качества банковских услуг, объемов продаж на всех этапах жизненного цикла, конкурентоспособности услуг; экспертиза новшеств, появляющихся на рынке банковских услуг;

- учет внешних факторов конкурентоспособности услуг и банка в целом;

- ответственность структурных подразделений коммерческих банков за эффективность механизма;

- согласование с бизнес - подразделениями изменений, направленных на обеспечение конкурентоспособности услуг.

Таким образом, в новых экономических условиях успех в конкурентной борьбе зависит от того, способен ли банк постоянно расширять диапазон оказываемых услуг, снижать их себестоимость, улучшать качество банковского обслуживания клиентов.

Реализация концепции обеспечения конкурентоспособности банковских услуг и концепции персонального менеджмента предполагает формирование организационно-экономического механизма, обеспечивающего конкурентоспособность банковских услуг коммерческих банков.

В связи с этим выделяются два блока данного механизма: первый - анализ и оценка конкурентоспособности банковской услуги на всех этапах жизненного цикла, второй — организация эффективной работы по обслуживанию клиентов, предоставлению им услуг. На основе вышеуказанных принципов, факторов и блоков обеспечения конкурентоспособности услуг коммерческих банков нами определены основные направления совершенствования организационно-экономического механизма управления рынком банковских услуг в соответствии с рисунком 3.

Дальнейшее развитие рынка банковских услуг должно быть тесно связано с развитием фондового рынка. В связи с этим Национальному Банку совместно с АФН необходимо усилить работу по активизации обращения на организованном фондовом рынке акций и других ценных бумаг банков, действующих в организационно-правовой форме открытых акционерных обществ с обязательным опубликованием в средствах массовой информации их котировок на регулярной основе.



Рисунок 1 - Направления совершенствования организационно -экономического механизма управления рынком банковских услуг

Необходим механизм секьюритизации активов банков, включая выпуск специфических долговых обязательств Национальным Банком. По мере развития фондового рынка целесообразно расширить деятельность банков с корпоративными ценными бумагами, а также с новыми инструментами для привлечения инвестиций (таблица 15). Одним из таких инструментов является эмиссия еврооблигаций (евробондов) на международных рынках капитала.

Возникла необходимость в новой форме банковского обслуживания -оказании кастодиальных услуг, поскольку это эффективный метод контроля за движением денежных средств пенсионных фондов. Банк-кастодиан осуществляет хранение и учет вверенных ему ценных бумаг и денежных средств, предназначенных для сделок с ценными бумагами, исключая, таким образом, риск их хищения, незаконных операций, всякого рода махинаций и т.п.

Значение банковской системы, стабильности и надежности работы коммерческих банков многократно возрастает в условиях современного финансового кризиса и нестабильности. Кризис, начавшийся на ипотечном рынке США, продолжился на фондовом рынке, приведя к негативным последствиям во всем мире.

Таблица 1 - Структура предлагаемых банком услуг

|  |  |
| --- | --- |
| Традиционные банковские услуги | Новые, рекомендуемые банковские услуги |
| - депозиты | - эмиссия еврооблигаций (евробондов) |
| - кредиты | - выпуск корпоративных облигаций в Республике |
| - расчеты и платежи | - кастодиальная деятельность |
| - услуги | - форфейтинг и факторинг |
|  | - микрокредитование |
|  | -применение всемирной информационной сети Интернет в банковских операциях |
|  | -репо, трастовые операции, андеррайтинг |

Банкротства и национализации ряда крупнейших финансовых институтов, нехватка ликвидности и серьезный психологический кризис доверия приводит к сокращению кредитования, выводу активов из акций в наличную валюту, что, в свою очередь, приводит к сокращению кредитования реального сектора экономики и перспективам замедления экономического роста с перспективой рецессии мировой экономики.

В этих условиях коммерческие банки столкнулись с ужесточением правил взаимного кредитования, сложностью получения кредитов, убытками от операций с ценными бумагами. Все эти факторы многократно повышают ответственность при планировании банками своей деятельности, выборе портфеля предоставляемых банками услуг. При этом во главу угла ставится надежность операций коммерческих банков. В этой связи особую роль для эффективного и адекватного анализа и планирования рынка банковских услуг играют объективные методы анализа, прежде всего экономико-математические методы и модели. В связи с этим, оптимальной для банковской системы и конкретных коммерческих банков является структура активов, где значительную долю будет занимать займы клиентам, вклады в других банках, а также вложения в ценные бумаги. При этом общая сумма сомнительных и безнадежных активов будет минимальной. Отметим особо необходимость резкого увеличения кредитов реальному сектору для минимизации потерь и обеспечения устойчивости банковской системы.

В случае ухудшения ситуации на внутреннем и внешнем рынках капитала Национальному Банку рекомендуется предпринять меры по обеспечению стабильности финансового рынка. Это подразумевает возможность значительного снижения существующих нормативов минимальных резервных требований. При этом Национальный Банк будет воздерживаться от предоставления банкам прямой долговременной помощи в значительных объемах. Тем не менее, Национальному Банку совместно с АФН и Правительством РК необходимо выработать и активно использовать механизмы поддержания банковского сектора с использованием различных косвенных инструментов (секьюритизация активов, операции с облигациями и акциями банков, предоставление ликвидности через институты развития и др.).

Резюмируя вышеизложенное, приходим к выводу, что рынок банковских услуг в Казахстане в перспективе должен значительно расшириться, обогатиться передовым опытом, в том числе зарубежным, пополниться новыми, нетрадиционными банковскими операциями и современными технологиями.

Это позволит повысить уровень и качество банковского обслуживания, оздоровить и укрепить всю экономическую систему, способствовать оживлению и развитию реального сектора экономики.

Между тем, проблемы формирования казахстанского рынка розничных банковских услуг зависит от переориентации банковского бизнеса в сторону массового обслуживания, которая стремительно превращается в одну из актуальных вопросов различных ученых-экономистов и независимых экспертов. Создание современной инфраструктуры для развития розницы, призванной повысить доходность финансовой организации, равно как и ее привлекательность для клиентов и акционеров. Розничное обслуживание – это уже не мода, а ключевая тенденция индустрии, и сегодня одной из главных прерогатив для банка становятся анализ возможных путей развития розничного обслуживания и выбор правильной стратегии, которая позволит ему в ближайшей перспективе получить ожидаемый результат.

Уже давно не является предметом споров то, что фундаментом для построения эффективной модели розничного банка в Казахстане должна служить современная технологическая инфраструктура. Главный вопрос состоит в том, какая, собственно, информационная система или комплекс систем нужен организации для решения задач ее бизнеса. В силу объективной сложности банковских информационных комплексов, особенно если речь идет о необходимости соответствия требованиям рынка, совсем небольшая доля финансовых организаций полагается сегодня на силы собственных специалистов для разработки, внедрения и сопровождения систем. Чаще всего данный процесс происходит по модели аутсорсинга, с привлечением специализированных компаний, поставляющих на рынок те или иные продукты для автоматизации банковской деятельности.

Выбор решения – длительный процесс, и от его результата непосредственно зависит, с какой системой банку предстоит работать в течение последующих лет. Проблема состоит в том, что в то время как банк чаще всего сам в состоянии четко поставить перед собой задачи, далеко не всегда он способен самостоятельно понять, посредством каких инструментов эти задачи могут быть реализованы и какие информационные системы необходимы ему для обеспечения эффективного развития бизнеса. Вариантов решения может быть несколько – привлечение сторонних консультантов, которые разрабатывают стратегию и находят подрядчиков, приобретение информационных систем у различных поставщиков и привлечение интегратора для обеспечения взаимодействия установленных систем с другими компонентами ИТ-инфраструктуры.

В свете активного расширения массового обслуживания розничный сектор сегодня оказался одним из наиболее сложных с точки зрения автоматизации. Долгое время интерес банков к частным лицам оставался чисто теоретическим корпоративные клиенты и инвестиционные операции обеспечивали финансовым организациям достаточный уровень прибыльности, а розничное обслуживание сводилось к привлечению вкладов от населения и зарплатным проектам.

Вследствие такой специфики развития банковской отрасли многие российские компании – разработчики розничных систем никогда не занимались созданием полнофункциональных решений – еще два-три года назад на них просто не было спроса. И сейчас, когда розничный сектор переживает столь динамичную эволюцию, справиться с этой задачей настолько быстро, насколько этого требует рынок, не представляется возможным.

Решение проблемы возможно в создании эффективной розничной ИТ-инфраструктуры. По мнению некоторых экспертов, с учетом глубокого зарубежного опыта она должна быть представлена тремя базовыми компонентами:

- автоматизированная банковская система (розничная система), обеспечивающая формирование массовых банковских продуктов и их быстрый вывод на рынок;

- полнофункциональная процессинговая система (розничный процессинг), выступающая в качестве среды интеграции всех каналов обслуживания клиентов и финансовых продуктов;

- специализированные функциональные продукты (системы сбора и обработки информации о клиентах, кредитного скоринга, CRM-решения, центры телефонного обслуживания и т. п.), связанные соответствующими интерфейсами с остальными компонентами и ядром банковской системы.

Неоспоримо, что основной составляющей программного решения всегда является конкретный продукт. Вне зависимости от того, о каком из перечисленных выше компонентов идет речь, он должен удовлетворять некоторым базовым критериям, отвечающим за эффективность системы:

- решения должны обеспечивать максимально быструю разработку и вывод на рынок новых финансовых продуктов. При этом речь идет не столько об экзотических продуктах, сколько о самых массовых и распространенных. Банки вынуждены конкурировать в условиях очень ограниченного набора предлагаемых продуктов. Быстро ответить на вызов конкурента, предложив такой же вид кредита, но более качественный сервис, сегодня важнее, чем выпустить на рынок какую-нибудь систему погашения задолженности через мобильный телефон, которую если и оценят, то лишь самые «продвинутые» клиенты. Итак, первый критерий – скорость;

- решения должны расти вместе с бизнесом банка, обеспечивая ему запас прочности на несколько лет вперед. Срок окупаемости розничных проектов составляет пять-семь лет, а замена системы тем сложнее, чем большие объемы бизнеса она поддерживает.

Так что, с одной стороны, бессмысленно изначально приобретать заведомо избыточную по мощности систему, а с другой – еще более бессмысленно опираться на то, что ваш бизнес перерастет, еще не успев принести плодов. Второй критерий – масштабируемость;

- решения должны максимально быстро и безболезненно интегрироваться в существующую информационную инфраструктуру банка. Иначе перестает соблюдаться такое важное условие, как сохранение инвестиций. Третий критерий – высокая адаптивность.

Сегодня в проектах создания технологии для розничного банковского бизнеса явное предпочтение отдается западным системам. Рассмотрение в качестве основной АБС для обеспечения развития розницы казахстаской системы является скорее исключением. И это уже не покупка модной «диковинки», как это зачастую было в середине 90-х, а вполне осознанный выбор.

Во-первых, с учетом особых требований и масштаба внедрения иностранные системы оказываются ненамного дороже казахстанских.

Во-вторых, покупая иностранную систему, банки предполагают, что вместе с ней они покупают опыт реализации технологии для розничного бизнеса, которая была создана на основе системы в аналогичной рыночной ситуации за рубежом.

В-третьих, в некоторых случаях иностранная система – это определенный комфорт для иностранных менеджеров и инвесторов, все чаще работающих с банковскими структурами в Казахстане.

Возникают на сегодняшний день следующие вопросы:

- с какими проблемами сталкиваются банки при внедрении иностранных систем для розничного банка?

- как с наименьшими потерями времени и средств с ними справиться?

Как правило существуют две сложности. Одна – характерна для любых крупных проектов. Внедрение банковских систем в крупных организациях, имею-щих развитую или развивающуюся филиальную сеть, – это непростая задача и организационно, и технически.

Вторая – это, конечно, казахстанские особенности: организация учета, отчетность, касса, безналичные расчеты и традиционные продукты. Несмотря на введение международных стандартов финансовой отчетности, существуют проблемы данных в стандартах.

Доработка или настройка иностранных систем под национальные особенности – это весомая прибавка к работам по проекту, однако вполне реализуемая. Проще или сложнее, зависит от конкретной системы и особых требований конкретного банка. Главное – выбрать наиболее подходящую для конкретного банка систему, внимательно изучить ее базовые возможности, правильно на основе знаний о возможностях системы и казахстанской специфики сформулировать требования по доработке и реализовать их так, чтобы не разрушить изначальные возможности системы.

Итак, на сегодняшний день в Казахстане, несмотря на значительные трудозатраты на локализацию (адаптацию к специфике), наличие успешных внедрений в масштабах развитого рынка банковских услуг в большинстве случаев является для банков решающим аргументом в пользу иностранных, международно-признанных банковских информационных систем. К тому же система с известным иностранным именем обеспечивает дополнительный комфорт для привлечения как западных денег, так и опыта, поскольку реальный эффект достигается не от покупки известного лейбла, а от профессиональной локализации и внедрения. В этом смысле и для казахстанских вендоров АБС далеко не все потеряно. По сути функциональных возможностей они приближаются к мировым аналогам. И пусть в настоящий момент они еще не взяли планку автоматизации крупных розничных банков, это, безусловно, рано или поздно произойдет. И тогда вполне возможно, они станут полноценными конкурентами иностранным решениям не только в Казахстане, но и на мировом рынке банковских технологий.

Заключение

В результате проведенного исследования нами сформулированы следующие научные результаты, выводы, рекомендации и предложения.

1. Современное развитие экономики обусловило необходимость уточнения определения понятия «рынок банковских услуг», и выработки концепции экономического механизма управления им. В этой связи автор определяет банковскую услугу как форму удовлетворения потребностей клиента, как результат его обслуживания по поводу оказания определенных услуг.

Тогда под рынком банковских услуг подразумевается сфера экономик где формируется спрос и предложение на продукцию банковской деятельности характеризующейся свободным выбором партнеров и наличием конкуренции.

2. На основе выявленных тенденций развития банков и банковские системы в Республике Казахстан обоснована концепция развития банковской системы, выработан экономический механизм управления рынком банковские услуг, предложены направления по совершенствованию структур государственных органов, регулирующих рынок банковских услуг, институциональной базы.

3. Эффективная гибкая система банковских операций с широко клиентурой может и должна способствовать мобилизации внутренних сбережений. Особое значение приобретает в этой связи гибкое банковское обслуживание, способное реагировать на формирующиеся потребности изменяющейся экономики.

4. Казахстанские банки имеют стратегию, которая акцентирует и развитие в рамках модели универсального финансового института. Они стремятся опередить конкурентов в соревновании за «органическое расширение бизнеса во всех основных сегментах рынка и направляют усилия на увеличение своей рыночной доли. Одной из первоочередных стратегических задач является диверсификация клиентской базы и продуктового ряда. Причем последнее время это в основном касается бизнеса по обслуживанию населения малого и среднего бизнеса. Учитывая, что клиентура становится все боле взыскательной, а конкуренция растет, другой важнейшей задачей становится повышение качества услуг. В связи с этим, повышается роль стратегическое долгосрочного планирования и, тем самым, расширение горизонта финансовых институтов свидетельствуют о том, что их развитие становится боле зависимым от конъюнктурных факторов.

5. Усиление конкуренции на рынке банковских услуг за наиболее доходные сегменты, снижение процентной маржи, недостатки в деятельности коммерческих банков предъявляют к ним высокие требования по выработке и уточнению стратегии развития, эффективной организации работы с клиентами Банковская система Республики Казахстан ощущает острую проблем; качественного менеджмента, что обусловливает необходимость создание; механизма, позволяющего коммерческим банкам разрабатывать и внедрят конкурентоспособные услуги для реализации потребностей национально экономики.

6. Целый ряд достаточно существенных для банков рисков вызывает тот факт, что рост сектора финансируется в значительной степени за счет заимствований на международных рынках, в том числе в форме привлечения синдицированных кредитов и прямых линий от международных финансовых организаций. Это позволило банкам в значительной степени реализовать возможности по наращиванию долгосрочного кредитования и расширению спектра банковских услуг в таких областях, как проектное финансирование инвестиции в строительный сектор, жилищная ипотека и долгосрочное кредитование под залог недвижимого имущества. Чрезмерная зависимость от внешнего фондирования усилила уязвимость банков к внешним шокам.

Возникла напряженность на международных финансовых рынках, вызванная кризисом ипотечного рынка в США. Эти события повлияли и на отечественный банковский сектор, вызвав проблемы краткосрочной ликвидности отдельных банков второго уровня.

7. Внедрение эффективных систем управления качеством банковских услуг на практике идет крайне медленно. Очевидно, что ввод в действие новых банковских национальных стандартов качества, соответствующих мировым, займет немало времени. Поэтому важно уже сегодня в максимальной степени сформировать методическую и институциональную основу, обеспечивающую повышение конкурентоспособности услуг казахстанских банков и защиту прав клиентов при некачественном банковском обслуживании.

8. Для банка проблема поддержания должного уровня обслуживания клиентов связана с постоянно изменяющейся конъюнктурой рынка банковских услуг, в условиях которого стремление работать себе не в убыток, т.е. не вкладывая дополнительных средств в повышение качества, приходит в противоречие с ожиданиями клиентов по приобретении более качественного продукта. Система управления качеством банковской услуги, как составная часть финансового менеджмента, должна охватывать все процессы, необходимые для обеспечения эффективности услуги, - от маркетинга до ее продажи, а также анализ качества услуги по отношению к запросам потребителя. В причинно-следственной связи оценки качества банковской услуги важно выявить основные объекты качества и факторы (положительные и отрицательные), прямо и косвенно влияющие на них. Основными объектами качества в банке выступают: непосредственно банковский продукт; банковские операции; банковские информационные технологии; специалисты банка.

9. Современное ценообразование в коммерческих банках в значительной мере подвержено влиянию внутренних факторов, которые нередко оказывают решающее воздействие на цены банковских услуг, что обусловлено затратным подходом к ценообразованию, то есть, методом, в основе которого лежат затраты банка. Ценообразование по принципу «издержки плюс средняя прибыль» следует рассматривать как возможность получения гарантированной прибыли от реализации услуг. Данный подход соответствует наиболее общим целям банков, связанным с максимизацией текущей прибыли. Для этого необходима адекватная сегментация клиентов банка. Рассматривая подходы к сегментации рынка банковских услуг необходимо учитывать, что банки работают как на рынке услуг для конечных пользователей, так и юридических лиц, что предполагает различную специфику рынков. Тем не менее, выделяется достаточно широкий перечень различных подходов к сегментации банковских услуг. В частности, можно выделить следующие: на основе продукте клиентов, демографические, географические, поведенческие и др.

10. На основе этого предлагаемая нами концепция обеспечения конкурентоспособности банковских услуг на различных стадиях жизненно] цикла, включает в себя: цели, задачи, технологию создания конкурентных банковских услуг; требования, предъявляемые клиентами к новым услугам характеристику этапов жизненного цикла банковских услуг, Этапов обеспечена конкурентоспособности услуг в течение жизненного цикла, расчета экономической эффективности от разработки и внедрения банковского продукта, а также механизм реализации концепции, виды ответственности участников ее реализации.

11. Для дальнейшего развития коммерческими банками банковских услуги требуется выбор стратегии, которая позволит обеспечить превращение сбережений, в том числе населения, в инвестиции и осуществлении эффективного управления разработкой и продвижением банковских услуг да регионального бизнеса. Коммерческие банки при разработке стратегии должен учитывать такие факторы, как специфику регионов, потребности хозяйствующих субъектов в банковских услугах, в том числе местной промышленности, предприятий среднего и малого бизнеса, органов власти.

Список литературы

1. Эмери И. Дела банковские // Банки Казахстана. - Алматы, 2000. -N5. - С. 9

2. Сейткасимов Г.С. Деньги, кредит, банкиАлматы, Экономика, 1999г. ,432 с.

3. Дардик В.Б., Кондакова Н.В. Банковское дело. – М.: КолосС, 2007. – 247с.: ил. – (Учебники и учеб. пособия для студентов высш. учеб. заведений) с.152-163

4. Белоглазова Г.Н., Кроливецкая Л.П. Банковское дело. Организация деятельности коммерческих банков: учебник. – М.: Высшее образование, 2008.-422 с. (с.273-304)

5. Диссертация./ А.В. Розничные банковские услуги и их развитие; Казан. гос.Финансово-экономический институт.- Казань, 2005.-202с.

6. Лисак Б.И. Оценка эффективности банковских услуг по инкассации (методический аспект) // Банки Казахстана. - Алматы, 2001. - № 6. - С. 18-20.

Усоскин В.М. Современный коммерческий банк. Управление и операции. - Б.м., 1994. – 297с

7. Лаврушин О.И. Банковское дело. М., 2000.- 656с.

5. Утеулин Е. Основные операции банков// Банки Казахстана. - Алматы, 2000. -№ 3. - С. 60-61

9. Джозлин Р.В. Банковский маркетинг. М.: Финансы и статистика, 1998 г. 10. Колесников В.И. Банковское дело. М., 1998 г.

11. Закон Республики Казахстан «О банках и банковской деятельности» от 31 августа 1995 года

12. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Общая и Особенная части). – Алматы: ЮРИСТ, 2008. – 308 с.

13. Маркова О. М. Коммерческие банки и их операции. - М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1995.

14. Марченко Г. Доклад на Международном экономическом саммите "Евразия 2000" // Банки Казахстана. - Алматы, 2000. - N5. - С. 2-6

15. Закон Республики Казахстан от 23.12.1995 № 2723 «Об ипотеке недвижимого имущества»

16. Сербин В. Банки в эру электронного обслуживания// Банки Казахстана. - Алматы, 2009. -№ 7-8. - С. 74-75