МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра ***финансов и налоговой политики***

(полное название кафедры)

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по дисциплине: Деньги, кредит, банки

Выполнила: Бознякова Ю.В.

Факультет Бизнеса

Группа ФБЭ-51

Проверила: Тесля П.Н.

Новосибирск

2009 г.

СОДЕРЖАНИЕ:

Вопрос № 1: Что такое коммерческий вексель? Что такое финансовый вексель? Что такое учет векселя? Что такое акцептование векселя? Что такое авалирование векселя? Что такое инкассирование векселя? Что такое домициляция векселя? Чем ограничено обращение векселя?......................................................................................................................3

Вопрос № 2: Отзыв банковской лицензии……………………………………………10

Вопрос №3 Ценообразование на банковские продукты……………………………..11

Список использованных источников………………………………………………….20

Вопрос №1: Что такое коммерческий вексель? Что такое финансовый вексель? Что такое учет векселя? Что такое акцептование векселя? Что такое авалирование векселя? Что такое инкассирование векселя? Что такое домициляция векселя? Чем ограничено обращение векселя?

1. **Что такое коммерческий вексель?**

Первыми, известными на текущий момент, коммерческими векселями являлись каменные расписки на хранение ценностей, имевшие хождение в Вавилоне в третьем тысячелетии до нашей эры.

«Золото и ценности хранили на полках в кладовых банкира или замурованной нише в стене (прообраз современных банковских сейфов). За эту услугу вавилонские банки брали со своих клиентов 1/60 стоимости принимаемых на хранение ценностей. Получив деньги или ценности, они «выписывали» расписки — кусочки камня с клиновидными знаками, сообщающими о количестве принятых ценностей. При этом получить у банкира эти ценности мог любой, кто предъявит ему эту расписку и подтверждение своего права на владение распиской (например, подпись или оттиск печати того, кто внес деньги на хранение и на чье имя расписка была выписана первоначально).

Изобретение бумажных денег приписывают древним китайским купцам. Поскольку в X веке правительство Китая выпустило тяжелые железные монеты малой покупательной способности, люди оставляли их у купцов и пользовались полученными взамен расписками. Помимо расписок о хранении монеты в виде дополнительных средств обмена выступали расписки о принятии товара на хранение, об уплате налогов, выдаче кредита. Их использование снизило издержки обращения меры стоимости и существенно расширяло торговые возможности.

Развитие товарных отношений и оптовой торговли выявило неудобство обслуживания крупнооптового товарооборота металлическими деньгами. Когда опт в торговле дошел до сделок с караванами шелка и кораблями пряностей, речь уже шла о мешках и сундуках с золотыми монетами. Это было неудобно, во-первых, из-за их большого объема, а, во-вторых, из-за необходимости надежной охраны во время пути. В те времена, когда разбойники составляли целые племена, жившие разбоем на торговых путях, это становилось чрезвычайно опасно.

Помимо легкости веса, именной коммерческий вексель избавлял купца от опасности быть ограбленным - возмещение по векселю могло получить лишь лицо, указанное в индоссаменте.

Также немаловажным качеством являлась явная дешевизна и простота изготовления векселя – не надо закупать дорогостоящий металл, содержать монетный двор и пробирную палату, достаточно лишь написать на бумаге и расписаться.

Именной коммерческий вексель имел частно-правовую природу и обозначал безусловное абстрактное обязательство купца или промышленника уплатить означенному лицу в означенный срок указанное количество определенных драгметаллов.

Долговые обязательства породили новую форму денег - кредитную. Производитель, продавший товар в долг, получал от покупателя вексель (долговое обязательство), который мог использовать вместо денег, чтобы расплатиться за вещь купленную у третьего лица.

Вексель может быть выдан любым лицом и на любую сумму, любое количество монет, любой вес золота.

Эти две характеристики: неограниченный круг эмитентов и произвольная сумма векселя, существенно ограничивали обращение векселей, ведь далеко не каждый бенефициар имел надежную информацию о состоятельности эмитента, да и сумма сделки крайне редко совпадала с суммой векселя.

Постепенно происходило сужение круга эмитентов за счет вытеснения малоизвестных в пользу банкирских домов, профессионально занимавшихся клирингом торговых обязательств, приемом и доставкой денег.

Товарные (или коммерческие) векселя используются во взаимоотношениях покупателя и продавца в реальных сделках с поставкой продукции или услуг.

**2. Что такое финансовый вексель?**

В современной отечественной банковской практике появился новый вид векселей - банковский, или финансовый вексель. Банковский (финансовый) вексель представляет собой одностороннее, ничем не обусловленное обязательство банка (эмитента векселя) об уплате обозначенному в нем лицу или по его приказу определенной денежной суммы в установленный срок. Действующее российское вексельное законодательство не предусматривает для случаев выпуска векселей банками каких-либо особых правил или исключений, и законодательство о ценных бумагах этого вопроса не затрагивает.

Правовой режим банковских векселей совпадает с общим режимом для векселей всех иных эмитентов и регулируется федеральным законом “О простом и переводном векселе “от 21 февраля 1997 г. Это предопределяет два главных качества выпуска и обращения конкретного банковского векселя: возможность выпуска, как единичных экземпляров, так и серий и возможность самостоятельного установления банками не противоречащих закону правил выпуска и оборота собственных векселей.

Банковские векселя могут приобретать юридические и физические лица, прежде всего, с целью извлечения дохода. Доход определяется как разница между ценой погашения, равной номиналу векселя, и ценой приобретения, которая ниже номинала. Указанная разница (дисконт) по существу представляет доход, исчисленный на основе текущей депозитной ставки банковского процента. Это говорит о депозитной природе банковского векселя и делает его похожим на депозитный сертификат. Однако в отличие от последнего банковский вексель может быть использован его владельцем не только в качестве средства накопления, но и в качестве покупательного и платежного средства.

Весьма широкое распространение банковских векселей можно объяснить следующими причинами: на сегодняшний день нет достаточно полного законодательного и нормативного регулирования подобных операций, выпуск векселей не регистрируется в Центральном банке, операции с простыми векселями (которые преобладают) не облагаются налогом на операции с ценными бумагами, векселя достаточно просты в обращении. В связи с этим можно констатировать, что на вексельном рынке современной России банковские векселя преобладают.

Изначально векселя стали использоваться коммерческими банками с целью привлечения денежных средств.

**3. Что такое учет векселя?**

Под учетом векселя понимается его передача (продажа) векселедержателем банку по индоссаменту до наступления срока платежа и получение за это вексельной суммы за вычетом определенного процента, называемого учетным процентом или дисконтом. Векселя передаются в банк по реестрам. При этом в самих векселях делается бланковый индоссамент, т.е. индоссамент без указания получателя. Банк рассматривает возможность учета векселя и в случае положительного решения вносит в индоссамент свои реквизиты. Кроме того, на лицевой стороне ставится штамп “Учет “.

При поступлении векселя банк проверяет его на соответствие формальным требованиям вексельного права, проверяет правильность заполнения всех реквизитов, полномочия лиц, поставивших подписи, а также подлинность этих подписей. Кроме того, анализируется экономическое положение клиента и индоссантов, поставивших подписи на векселе. К учету принимаются только векселя, основанные на товарных и коммерческих сделках. Бронзовые и дружеские векселя к учету не принимаются. За учет векселя банк взимает учетный процент, ставка которого устанавливается самим банком. При инкассировании иногородних векселей взимаются порто (почтовые расходы) и дампе (комиссии иногородним банкам за инкассирование векселей).

В случае оплаты векселя до срока плательщику возвращаются проценты за оставшееся время по ставке банка по текущим счетам. Если платеж совершен после срока оплаты, то банк помимо вексельной суммы взимает с плательщика 6 % годовых за время просрочки, пеню, а также расходы по протесту, если они уже сделаны. Не оплаченные в назначенный срок векселя должны быть переданы для протеста нотариусу обязательно на следующий день. Нотариус опротестовывает векселя согласно принятому законодательству и с надписью о протесте возвращает их в банк. После этого банк требует погашения векселей от векселедателя. Если этого не происходит, банк полностью прекращает его кредитование и обращается в суд.

**4. Что такое акцептование векселя?**

Акцептованный коммерческий вексель многие годы был широко распространен в Европе, в США он составлял незначительную конкуренцию использованию чеков. Одной из целей Закона о ФРС было стимулирование использования акцептов в США. Задачей Американского совета по акцептам была организация широкой кампании для содействия более активному использованию акцептов в предпринимательстве США. Процедура использования акцептованного коммерческого векселя имеет следующий вид. Продавец при отгрузке товаров вместе с погрузочными документами направляет форму акцепта (на практике это срочная тратта). Такая форма часто посылается в двух экземплярах, чтобы покупатель мог сохранить копию в своем архиве. При наличии скидки с цены товара при оплате наличными покупатель может воспользоваться этой возможностью и оплатить немедленно; в противном случае покупатель должен завизировать форму акцепта, написав на его лицевой стороне свое имя, указав дату и банк, где вексель будет оплачиваться. В подавляющем большинстве случаев акцептованный вексель оплачивается в банке трассата (акцептанта). Возможна оплата его в любом банке или трастовой компании США. Затем акцептованный коммерческий вексель возвращается трассанту (продавцу).  
Использование акцептованного коммерческого векселя предоставляет также много др. преимуществ, как покупателям, так и продавцам. Среди преимуществ для продавцов можно указать следующие:

1. Акцепт коммерческого векселя позволяет осуществить сделку, объединяя свидетельство о долговом обязательстве и наличии средств платежа с погрузочными документами или счетом-фактурой.

2. Он обязывает производить оплату при наступлении срока. Продавец имеет обязательство покупателя, что в определенное время и в определенном месте он оплатит товары, купленные у продавца.

3. Акцепт коммерческого векселя освобождает продавца от выполнения ряда банковских функций.  
4. Он способствует предотвращению отмены заказов и возврата товаров.

5. Он повышает ликвидность активов продавца.

6. Акцепт коммерческого векселя обеспечивает экономию за счет более низких учетных ставок и уменьшения расходов при предоставлении кредита, потерь, связанных с ненадежными счетами и т. д.

Многие из преимуществ для продавцов распространятся также и на покупателей. Кроме того, акцепт коммерческого векселя предоставляет покупателям следующие дополнительные преимущества:

1.Такой акцепт повышает доверие к покупателю. Предоставляя акцептованный коммерческий вексель, покупатель подтверждает свою обязанность полностью оплатить законные долговые обязательства при наступлении сроков их погашения. Он не несет никаких обязательств до тех пор, пока продавец не передаст ему право собственности на товары. Др. словами, акцепт делает сделку более открытой и ставит покупателя в более выгодное положение.

2. Акцептованный коммерческий вексель способствует более ответственному подходу к покупке товаров. Покупатель воздержится от чрезмерных приобретений, осознавая необходимость уплаты возникающих обязательств в определенный срок.  
3.Покупатели, предоставляющие акцептованный коммерческий вексель, более предпочтительны для продавцов.

Использование акцепта коммерческого векселя дает преимущества и банкам.  
1. Такой акцепт способствует улучшению структуры активов банков, поскольку, являясь бумагой с двумя подписями, акцептованный вексель легко переучитывается.  
2.Он увеличивает количество учетных операций.

3.Увеличивается сумма кредитов для одного заемщика.

4. Создаются возможности для более полного использования коммерческого кредита.  
Несмотря на объединенные усилия, направленные на стимулирование использования акцепта коммерческого векселя, он еще недостаточно популярен в деловой практике, за исключением, возможно, тех случаев, когда его используют при создании ликвидных счетов с преднамеренным замедлением инкассирования.

**5. Что такое авалирование векселя?**

Для улучшения качества векселя (повышения его ликвидности) предприятие может обратиться в обслуживающий его банк с просьбой о предоставлении ему гарантии платежа по векселю, т.е. об авалировании данного векселя коммерческим банком. При авалировании чужого векселя банк заключает с лицом, за которое дается аваль, договор или соглашение об авалировании векселя (или векселей, если операции проводятся часто). В таком договоре можно также оговорить ряд условий, таких как: сумма векселя и аваля, срок оплаты векселей, которые авалируются, величина вознаграждения, которое клиент уплачивает банку за такие услуги, и т.п. Очень важным моментом является установление порядка оповещения банка о том, что клиент оплатил вексель и к банку не будет предъявляться требование. При неиспользовании гарантии клиент банка в письменной форме должен уведомить банк о том, что вексель погашен. Банк также имеет право требовать предоставления ему копии оплаченного векселя с отметкой о получении платежа от кредиторов.

**6. Что такое инкассирование векселя?**

Инкассирование векселей банками - это выполнение ими поручений векселедержателей по получению платежей по векселям при наступлении срока. Векселя, передаваемые для инкассирования, снабжаются векселедержателем предпоручительной надписью на имя данного банка (инкассовым индоссаментом) «Платите приказу банка для взыскания» или «Платите приказу банка», «Валюта на инкассо». Приняв вексель на инкассо, банк обязан своевременно переслать его в учреждение банка по месту платежа и поставить в известность плательщика повесткой о поступлении документов на инкассо. Таким образом, при инкассировании векселей банки берут на себя ответственность лишь по предъявлении векселей в срок плательщику и получении причитающихся по нему платежей. Если платеж поступает, вексель возвращается должнику. В случае неполучения платежа по векселям банк обязан предъявить их к протесту от имени доверителя, если последним не будет дано иного распоряжения.

Неоплаченные векселя с протестом в неплатеже банк возвращает клиенту, сообщая ему об исполнения поручения. За все последствия, возникшие вследствие упущения протеста, ответственность возлагается на банк.

Неоплаченные векселя должны храниться в банке до востребования их клиентом. Банки сами  устанавливают предельные сроки хранения документов, по истечении которых снимают с себя ответственность за их дальнейшее хранение. За выполнение поручения по инкассированию векселей банк взимает с клиента все расходы по отсылке и присылке и получению платежа, по протесту векселя в случае его неоплаты, а также комиссионное вознаграждение за услуги в виде процента с полученной банком суммы.

Как видно из вышеизложенного, роль банка при инкассировании векселей сводится к точному исполнению инструкций клиента. Прямые риски банков при этих операциях минимальны. Вместе с тем с их помощью банки могут сосредоточивать на своих счетах значительные средства, получая их в бесплатное распоряжение. Инкассовые операции приносят банкам стабильный доход в виде комиссионных, и банки, как правило, заинтересованы в их расширении.

Операции по инкассированию векселей удобны для клиентов банка, поскольку обеспечивают надежное и оперативное выполнение его поручений по взысканию платежей. Кроме того, клиенты освобождаются от необходимости следить за сроками предъявления векселей к оплате, что сопряжено для них с определенными затратами.

**7. Домициляция векселей**

Домициляцией называется назначение плательщиком по векселю какого-либо третьего лица, а векселя, по которым назначен плательщик - домицилированным. Как правило, плательщиком по векселю назначается банк. Внешним признаком домицилированного векселя служат слова «платеж в банке», помещенные под подписью должника. Выступая в качестве домицилянта, банк по поручению векселедержателей или трассантов производит платежи по векселям в установленный срок. В отличие от инкассовой операции, банк в этом случае является не получателем платежа, а плательщиком. Как домицилянт банк не несет никакого риска, поскольку оплачивает вексель только в том случае, если на счете должника по данному векселю есть необходимая сумма. В противном случае он отказывает в платеже, и вексель протестуется обычным порядком.

В вексельной форме расчетов помимо банка векселедержателя, инкассирующего векселя, может участвовать и банк плательщика в качестве домицилянта, т.е. выполнять поручения своего клиента-плательщика по своевременному совершению платежа по векселю. Внешним признаком домицилированного векселя служат обозначенные в нем слова “Платеж в банке “, помещенные под подписью плательщика.

Для банка эта операция является прибыльной, так как за домициляцию векселей он получает комиссионное вознаграждение, и в то же время, выступая в качестве домицилянта, банк не несет никакой ответственности, если платеж не состоится. Клиент-плательщик сам обязан к сроку платежа по векселю либо обеспечить поступление необходимых денежных средств на свой счет в банк, либо заранее забронировать сумму платежа на отдельном счете. В противном случае банк отказывает в платеже, и вексель опротестовывается в обычном порядке против векселедателя.

Расширению использования вексельной формы расчетов в хозяйственном обороте страны должны способствовать также такие новые для нашей банковской практики вексельные операции, как учет векселей и выдача ссуд под залог векселей, связанные с краткосрочным кредитованием хозяйства.

**8. Чем ограничено обращение векселя?**

Вексельное обращение - совокупность фактических отношений, складывающихся по поводу использования векселей в рамках национальной экономики или между определенными субъектами.

Векселя могут обращаться лишь в ограниченном кругу, осведомленном о взаимной платежеспособности. Ограниченность вексельного обращения делает необходимой замену частных коммерческих векселей банковскими банкнотами.

Вопрос № 2 Отзыв банковской лицензии

Законодательством предусмотрены основания для отзыва лицензии Банком России у кредитной организации на осуществление банковских операций. К ним относятся:

- установление недостоверности сведений, на основании которых выда­на лицензия;

- задержка начала осуществления банковских операций, предусмотрен­ных лицензией, более чем на год со дня ее выдачи;

- установление фактов недостоверности отчетных данных, задержки бо­лее чем на 15 дней представления ежемесячной отчетности (отчетной докумен­тации);

- осуществление, в том числе однократное, банковских операций, не предусмотренных лицензией Банка России;

- неисполнение требований законодательства, нормативных актов Банка России, если в течение года к кредитной организации неоднократно приме­нялись меры, предусмотренные Федеральным законом «О Центральном бан­ке Российской Федерации (Банке России)»;

- неспособности кредитной организации удовлетворить требования креди­торов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в течение одного месяца с наступления даты их испол­нения, если требования к кредитной организации в совокупности составляют не менее одной тысячи минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом;

- неоднократное в течение года виновное неисполнение содержащихся в исполнительных документах судов, арбитражных судов требований о взыс­кании денежных средств со счетов (вкладов) клиентов кредитной организа­ции при наличии денежных средств на счете (во вкладе) указанных лиц.

Только в перечисленных случаях Банк России может отозвать лицензию. Сообщение об отзыве лицензии на осуществление банковских операций пуб­ликуется Банком России в «Вестнике Банка России» в недельный срок со дня принятия соответствующего решения.

С момента отзыва у кредитной организации лицензии на осуществление банковских операций:

1) срок исполнения обязательств кредитной организации считается насту­пившим. Обязательства кредитной организации в иностранной валюте учиты­ваются в рублях по курсу Банка России, действовавшему на дату отзыва у кре­дитной организации лицензии на осуществление банковских операций;

2) прекращается начисление процентов, а также неустоек (штрафов, пени) и иных финансовых (экономических) санкций по обязательствам кредитной организации;

3) приостанавливается исполнение исполнительных документов по имуще­ственным взысканиям, за исключением исполнения исполнительных докумен­тов, выданных на основании судебных решений о взыскании задолженности по заработной плате, выплате вознаграждений по авторским договорам, али­ментов, а также о возмещении вреда, причиненного жизни и здоровью, и мо­рального вреда, вступивших в законную силу до момента отзыва у кредитной организации лицензии на осуществление банковских операций;

4) до момента создания ликвидационной комиссии (ликвидатора) или назна­чения арбитражным судом конкурсного управляющего запрещается заключение сделок кредитной организации и исполнение обязательств по сделкам кредит­ной организации, за исключением сделок, связанных с текущими коммуналь­ными и эксплуатационными платежами кредитной организации, а также с вы­платой выходных пособий и оплатой труда лиц, работающих по трудовому договору (контракту), в пределах сметы расходов, согласуемой с Банком России либо с уполномоченным представителем Банка России в случае его назначения.

Вопрос №3 Ценообразование на банковские продукты

Ценовая политика банка — установление цен на различные банковские продукты (услуги) и их изменение в соответствии с изменением рыночной конъюнктуры. Объектами ценовой политики банка являются процентные ставки, тарифы, комиссионные, скидки, премии, минимальный размер вклада.

В маркетинговой деятельности банка цена выполняет важную функцию согласования интересов банка и клиентов. Особенность ценообразования в банке — отсутствие четкой взаимосвязи потребительной стоимости банковской услуги и ее цены. Банк имеет возможность маневрировать процентными ставками, уровнем комиссионного вознаграждения и тарифами на услуги в достаточно растяжимых пределах. С другой стороны, покупатели продуктов (услуг) банка (особенно постоянные) могут воздействовать путем переговоров на цену продуктов (услуг).

В России методы ценовой конкуренции не исчерпали себя и являются самым старым и простым методом с точки зрения технического исполнения. Однако развивается тенденция преобладания неценовых факторов: репутации, сервиса.

Актуальность проблем ценообразования в деятельности российских банков связана со следующими факторами:

1. Ценообразование — важный рычаг маркетинговой деятельности банка, позволяющий формировать объем прибыли.

2. Большинство мелких и средних российских банков не обладают достаточными ресурсами, чтобы активно использовать метод неценовой конкуренции.  
3. Большинство цен на банковские услуги не объявляются заранее, а устанавливаются по договоренности.

Цену банковского продукта (услуги) сложно изолировать и исследовать вне связи с другими факторами деятельности. Ценообразование — комплексный и противоречивый процесс, сочетание компромиссов. Выделяется несколько этапов ценообразования:  
— определение целей;

— определение спроса;

— оценка уровня затрат;

— анализ цен конкурентов;

— выбор метода ценообразования;

— установление цены.

При ценообразовании целями маркетинга могут являться обеспечение выживаемости банка, увеличение текущей прибыли, завоевание лидерства на рынке.

Оценка динамики спроса является следующим шагом в исследовании, промежуточная цель которого заключается в определении вероятных объемов услуг, которые реально можно продать на рынке в течение определенного отрезка времени по предлагаемой банком цене. Поэтому, чем неэластичнее спрос, тем выше может быть цена банковской услуги.

Оценка издержек банка при различных объемах предоставляемых услуг связана со сложностью определения реальных издержек по каждому виду услуг. Это заставляет руководство банков использовать такой инструмент ценовой политики, как расчленение цен (политика малых средств). При таком подходе услуга разбивается на ряд последовательных работ, и цена устанавливается на каждую работу отдельно. В процессе переговоров с клиентом могут быть снижены цены на одни работы, но сохранены или увеличены цены на другие, что позволит сохранить в целом уровень цен на продукт (услугу).

Цена и прибыль.

Какого бы из способов определения уровня цен ни придерживался банк, ему необходимо руководствоваться следующей программой установления цен на свои конкретные продукты (услуги). Основные ее шаги следующие:

1. Предварительный анализ:

а) определение вида и уровня спроса на конкретные услуги или группу услуг в статике и динамике;   
б) выявление основных (значимых) факторов эластичности спроса по каждой группе банковских услуг;

в) получение потенциальных и реальных экономических и психологических границ цен.

2. Оперативный анализ:

а) выбор оптимальной и выгодной для банка цены;

б) анализ качественного и количественного уровня издержек, как отдельной операции, так и самой банковской услуги в целом;

в) корректировка первоначального уровня цен в зависимости от динамики рыночной конъюнктуры;

г) выброс на рынок.

3. Вариационный анализ. С его помощью происходит последующее снижение или повышение уровня цен на уже реализуемые услуги. Необходимо сразу оговорить, что на практике нет идеальных систем ценообразования. Существуют и предлагаются разные модели, каждая из которых имеет свои достоинства и недостатки, т.е. никакая из них не может претендовать на универсальность.

Выбор конкретной модели зависит от внешних и внутренних условий, от кластера, к которому относится каждый банк, т.е. его рейтинга и финансовых возможностей, и др.  
Но независимо от способа формирования цен на услуги существуют некоторые общеэкономические и общеизвестные критерии, определяющие отклонения уровня цен вверх или вниз от потребительной стоимости конкретной банковской операции. Эти критерии могут быть разделены на внутренние, или зависящие от самого банка, т.е. от деятельности его руководства и коллектива, и внешние - не зависящие от вышеупомянутых факторов. К *внутренним критериям* относятся:

\* реклама (чем удачнее, оригинальнее реклама, тем выше цена товаров производителя);  
\* специфика предлагаемых услуг (чем выше и уникальнее качество их предложения, тем выше и цена);

\* вид, способ производства (индивидуальные операции имеют более высокую себестоимость, а, следовательно, и цену - продуктовая маркетинговая концепция; услуги массового характера имеют низкие издержки, невысокую цену - производственная маркетинговая концепция);

\* ориентация на одного и (или) множество рыночных сегментов, т.е. рыночная стратегия и тактика производителя; жизненный цикл конкретной услуги (чаще всего она имеет более высокую цену при коротком жизненном цикле, и наоборот);

\* мобильность процесса предоставления услуг (при частых и интенсивных изменениях товар имеет более высокую цену);

\* длительность цепочки “производитель — потребитель” (“банк — потребитель”);  
\* цена товара любого производителя выше при большом рынке, хорошо организованном продажном и послепродажном сервисе;

К *внешним критериям* относятся:

\* политическая стабильность страны–производителя и стран, где находится рынок сбыта ее продукции (т.е. уровень странового риска);

\* отсутствие на свободном рынке некоторых видов ресурсов (трудовых, материальных, финансовых);

\* практика регулирования экономики со стороны государства, что отражается на регулируемом Центральным банком и государством диапазоне цен; тарифных и нетарифных барьерах; юридических нормах и правилах осуществления внутренней и внешней экономической деятельности; таможенных нормах и правилах; уровень инфляции;  
\* вид существующего (реального) и перспективного (или потенциального) покупательского спроса населения на конкретные банковские услуги; наличие и уровень конкуренции, которая, со своей стороны, может существовать между банками одного типа (обратно пропорциональна уровню цен), банками, принадлежащими одной отрасли (повышение уровня конкуренции повышает уровень цен), между потребителями (клиентами) и производителями (банками) и между банками различного типа (межотраслевая).  
 Кроме того, с точки зрения статистического анализа уровень цен на банковские услуги является зависимым фактором. И он зависит от двух групп показателей — контролируемых и неконтролируемых.

Основные ценовые стратегии банков.

Итак, на основе совокупности всех или только некоторых критериев определения цены формируется ценовая стратегия любого банка. Разные банки, естественно, ориентируются на различные ценовые стратегии, но редко, когда они пользуются только одной из них, так как они "не замыкаются" на предоставлении клиенту одного вида услуг или только на одном рынке. Притом одна и та же цена может быть отнесена к разным стратегическим категориям в зависимости от конкретной ситуации, в частности от уровня цен на различных рынках. Если исключить влияние различных форм оплаты, можно выделить шесть основных ценовых стратегий.

Естественно, необходимо все время следить, чтобы банк не попал в условия явного или скрытого демпинга.

1. Стратегия "выхода (проникновения) на рынок" используется чаще всего банками, которые только начинают свою деятельность, выходят на новый рыночный сегмент ("нишу", "окно"). Этой стратегии также придерживаются производители, чьи товары не имеют зарегистрированной товарной марки, патентной защиты. Иными словами, к стратегии проникновения прибегают, если рынки имеют спрос высокой эластичности.  
 2. Стратегия "ассоциированного рынка" связана с представлением о соизмеримости качества продукции производителей (банковских услуг) с аналогичным товаром конкурентов. Обычно эта стратегия требует большой и конкретной маркетинговой деятельности. В рамках стратегии "ассоциированного рынка" разрабатываются такие ценовые политики, как:

\* политика льготных цен, с помощью которой создается заинтересованность как у производителей–банков (они имеют стабильный сбыт товара), так и у клиентов. Этой политики как временной придерживаются банки, связанные с производителями товаров сезонного спроса, устраивающие, например, сезонные распродажи;  
\* политика гибких, эластичных цен, уровень которых меняется в зависимости от возможности клиента торговаться и его покупательных возможностей. Чаще всего их используют при заключении индивидуальных договоров между производителями, банками, биржами (посредниками) и потребителями в зависимости от количества товарных партий и при наличии неоднородных товаров. К этой политике тесно примыкает политика нестабильных, меняющихся цен, которая зависит от уровня издержек производства, конкретной рыночной конъюнктуры, объема продаж;  
\* политика конкурентных цен, связанная с проведением агрессивной ценовой политики банков–конкурентов;  
\* политика неокругленных цен. Например, лучше продавать товар по цене 19,50 д.ед. вместо 20 д.ед., что связано с таким фактором, как психологическая граница цен;  
\* политика массовых закупок, при которой клиент банка предоставляет своему потребителю скидку в зависимости от количества закупленного товара, сезонных колебаний и проч. (своим постоянным покупателям). Эта политика чаще всего используется при наличии легко сегментированного рынка, четких границ отдельных сегментов, невозможности перепродавать товар на другом рыночном сегменте из–за существования отрицательного или нулевого спроса.

3. Стратегия "лидера" предполагает создание высококачественной, конкурентоспособной продукции, превосходящей аналогичную продукцию по своим параметрам. Банк, придерживающийся такой стратегии, может разрабатывать следующие виды ценовой политики:

\* политика \*снятия сливок", при которой первоначальная продажа конкретных услуг идет по высоким ценам, значительно выше уровня издержек, а потом постепенно снижается. Главным фактором осуществления такой политики является высокий уровень спроса со стороны большого числа клиентов.

Первоначальная группа потребителей не так чувствительна к цене, как последующие покупатели, восприятие высоких цен со стороны клиентов свидетельствует о высоком качестве товара;

\* политика дискриминационных цен по отношению к конкретному рыночному сегменту ("нише", "окну"), связанная с таможенными пошлинами, с использованием услуг конкретного посредника;

\* политика единых (престижных) цен.

Для определения ценовой стратегии и политики необходимо проанализировать три модели направления деятельности производителя–банка, а именно затратную (для определения объема и оптимального соотношения затрат на ориентацию и формирование той или иной ценовой политики) и условную стратегию банка; ресурсную (анализ его возможностей в условиях существующих материальных, трудовых, энергетических, финансовых и других ресурсов, которыми он располагает или может располагать в перспективе) и модель эффективности, с помощью которой руководство банка определяет и выбирает оптимальный вариант ценовой стратегии и политики.  
Прежде всего, руководство банка анализирует основные факторы определения цен на свой товар, такие, как динамика объема продаж, норма ожидаемой и возможной прибыли, психологическая граница цен и проч. Рассмотрим некоторые их них:  
 1. Динамика объема реализации услуг. В этом случае специфика проводимого анализа вытекает из конечных целей, преследуемых руководством. Это могут быть: реализация услуг любой ценой; увеличение доли рынка (рыночного сегмента, ниши, окна); получение максимально высокой прибыли в кратчайшие сроки; получение разумной (оптимальной) высокой прибыли на максимально длительный период; стимулирование продажи нового товара; вхождение в рыночную систему вновь появившихся производителей; снижение спроса на товар и проч.

Объем продаж продукции в статике и динамике зависит от потребности и спроса на предлагаемый товар. Согласно Л. Коулзу увеличение объема продаж некоторых основных видов товаров является результатом "эффекта дохода" и "эффекта замещения", т.е. величина спроса на товар есть функция от следующих факторов:  
Dx = f(Tx,l,Px,Py,Pz,W,F), где:

Dx - спрос на товар;

Тх - потребность покупателя в данном товаре;

1 - доход покупателя, т.е. его возможность приобретения этого товара;

Рх - цена на этот товар;

Ру - цена на товар–заменитель (товар–субститут);

Pz - цена на дополняющий его товар;

W - уровень благосостояния, т.е. покупательная способность потребителя;

F - мнение потребителя относительно перспектив его экономического благосостояния.  
 2. Норма прибыли. Полученной прибылью банку необходимо покрыть все свои затраты, поддержать цены на уровне (под, над уровнем) конкурентов. Но получение прибыли в определенный момент нельзя абсолютизировать. Возможны случаи, когда от внедрения новой технологии, осуществления конкретных банковских операций, решения экологических и социальных проблем прибыль и выгода получаются не сразу, и так называемый косвенный эффект с избытком компенсируется в дальнейшем. Одним из основных факторов, влияющих на уровень цены услуги, является его качество.

Необходимо отметить, что в условиях рыночной экономики цена возрастает не пропорционально качеству товара, а как бы опережая его, и, наоборот, при снижении технического уровня и качества товара относительно общепризнанного уровня цена снижается более прогрессивно.

Существует несколько видов цен:

а) цены фактических сделок, которые чаще всего используются в расчетах между банками и их филиалами. Иногда их называют внутренними или трансфертными ценами;

б) биржевые цены (котировки), в случае, когда товары являются объектами биржевой торговли;

в) цена аукционов и торгов. Например, регулярно проводимые аукционы денежных ресурсов. Существуют аукционы, которые играют на понижение уровня цен, и такие, которые играют на их повышение;

г) среднестатистические цены, которые подразделяются на цены продавца  
(отношение величины себестоимости произведенного товара за определенный период к его количеству) и цены покупателя (отношение стоимости проданных за определенный период товаров к их количеству);

д) справочные цены, которые помещены в различных справочных изданиях, прейскурантах, журналах, газетах. Их характерной чертой является относительно небольшая подвижность;

е) сезонные;

ж) экспортные, которые должны быть соизмеримы с мировыми, носящими регулярный характер и предусматривающими платежи в СКВ;

3) оптовые, по которым производитель реализует свой товар своим контрагентам, но не физическим лицам;

и) розничные, по которым их приобретает конечный потребитель.

Доходность банковских услуг.

Стоимость банковских услуг определяется договором между клиентом и коммерческим банком, но с учетом развития рынка аналогичных услуг в регионе и получение соответствующей прибыли. В настоящее время особенно ценятся услуги по своевременным расчетам между покупателем и поставщиком, а также услуги, связанные со внедрением новых платежных средств в виде кредитных и других пластиковых карт, векселей, чеков и других. Рост доходности работы банков на современном этапе развития могут дать услуги, которые обеспечивают улучшение комплексного расчетно-кассового обслуживания клиентов, проведение операций с ценными бумагами, развития операций с наличной иностранной валютой, страховые, аудиторские и лизинговые услуги.  
Важным резервом в экономии затрат банка является осуществление мероприятий по компьютеризации банковских операций.

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

Можно использовать два варианта определения платы за банковские услуги.  
Например, при расчете комиссионных платежей за расчетные услуги можно, во-первых, определить размер платы банку как частичное отделение общих издержек банка, связанных с проведением расчетных операций, на количество клиентов с учетом планируемой рентабельности. В зависимости от объемов операций, выполняемых по счетам конкретного клиента, средний размер платы для него может корректироваться на поправочный коэффициент, для клиентов с более интенсивным платежным оборотом при установлении размера платы за расчетные услуги применяются и более высокие поправочные коэффициенты.

Во-вторых, иной вариант расчёта платы предполагает использование данных о стоимости обработки одного платежного документа, рассчитанной как частное от деления суммы плановых расходов на проведение расчетов в целом по филиалу на число обрабатываемых в данном периоде платежных документов.

При этом количество документов может определяться по данным соответствующего периода года или по аналогии с подобными клиентами.

Умножив цену обработки одного платежного документа на среднее число документов, приходящихся на клиента за определенный период (месяц, квартал, год), получим размер платы с данного клиента.

С учетом специфики работы отделения, разнообразия услуг, предлагаемым клиентам, различного удельного веса затрат на осуществление тех или иных услуг в сумме всех расходов на их оказание, может быть заключен единый договор на расчетное и кассовое обслуживание вместо отдельных договоров по этим или иным операциям.

На конечные результаты работы банка влияют также размеры расходов, являющихся переменными в долгосрочной перспективе. Общий размер расходов коммерческого банка зависит от того, в каких условиях он осуществляет свою деятельность и какие цели ставит по достижению своей результативности. Но, в конечном счете, результаты работы коммерческих банков определяются размером полученной прибыли.

Важнейшими направлениями развития услуг и увеличения доходности работы коммерческих банков могут стать услуги обеспечивающие:

- улучшение расчетно-кассового обслуживания клиентов, удовлетворение потребности в наличных денежных средствах и других платежных средствах как по счетам в иностранной валюте, так и в рублях;

- проведение операций с ценными бумагами банка и его клиентов;

- реализация инвестиционных программ;

- внедрение услуг гражданам в виде ведения счетов и хранения ценностей;

- развитие страховых, аудиторских, лизинговых и других операций и услуг.

Безусловно, доходы от этих услуг менее значительны по сравнению с доходами от кредиторских или валютных операций, но оказание их клиентам банка повышает его престиж, привлекательность, в том числе и для частных клиентов банка.

Список использованных источников:

1. ФЗ N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (Редакция на 29.06.2004).
2. Банки и банковское дело /Под ред. И.Т.Балабанова, СПБ: Питер, 2003.-302 с.
3. Деньги. Кредит. Банки. /Под ред. О. И. Лаврушина, М.: Финансы и статистика, 2002.- 534 с.
4. Крылова Л.В. Деньги, кредит, банки. Учебное пособие - Москва: АТиСО, 2008.- 160 с.
5. Федеральный закон о банках и банковской деятельности (02.12.1990г. № 395-1) [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.roskodeks.ru/zakon/1192726752.html
6. Страхование и банковское дело [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://moskva-insurance.ru/bankovskie-uslugi-15.php