

Саакян Андраник Геворкович

менеджер

Банк ВТБ (публичное акционерное общество)

СОВРЕМЕННЫЕ КРЕДИТНЫЕ ПРОДУКТЫ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ПРОДАЖ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

***Аннотация:** в представленной научной статье исследователем рассматриваются современные кредитные продукты и экономическая эффективность их продаж в коммерческом банке.*

***Ключевые слова:** кредитные продукты, экономическая эффективность, коммерческий банк.*

Современный коммерческий банк является мощным центром продаж как классических, так и новых банковских продуктов, в котором происходит поиск и организация обновленных систем реализации услуг, управление взаимоотношениями с действующими и потенциальными покупателями. Преобладающим спросом среди всех продуктов коммерческого банка пользуются кредитные продукты, они же являются и самыми прибыльными для банка, поэтому именно в кредитной деятельности банка сконцентрировано множество преобразований и нововведений [4].

Актуальность темы обусловлена тем, что коммерческие банки, мобилизуя временно свободные средства на рынке кредитных ресурсов, с их помощью удовлетворяют потребность народного хозяйства в оборотных средствах, способствуют превращению денег в капитал, обеспечивают потребности населения в потребительском кредите. От их четкой и грамотной деятельности зависит как эффективность функционирования банковской системы, так и российской экономики в целом. Поэтому исследование и разработка эффективного механизма продаж кредитных продуктов в коммерческих банках необходимо для финансовой и социальной стабильности нашего государства. В процессе разработки кредитных продуктов банки должны решать 2 важные задачи: снижение своих кредитных рисков и максимальное удовлетворение потребностей клиентов.

Анализ современной практики и мнений, представленных в экономической литературе, позволяет говорить о том, что в настоящее время главное внимание учеными и практиками уделяется вопросам управления конкурентоспособностью кредитных продуктов с учетом: их рискованного уровня и доходности; формирования имиджа для банков; продвижения этих продуктов на рынке; видов и стадий разработки и внедрения банковских инноваций.

В трудах отечественных авторов исследованы отдельные элементы кредитного рынка. Виды современных кредитных продуктов, соотношение понятий «кредитная услуга» и «кредитный продукт», способы применения современных технологий и инноваций при разработке кредитных услуг изучены в работах А.Н. Иванова, С.А. Даниленко, Л.Р. Курмановой, А.И. Полищук, И.Н. Рыковой, Е.В. Тихомировой [2].

Понятие и перечень кредитных продуктов банков не определены в нормативно – правовой базе РФ. В экономической литературе также нет единства в их понимании, при этом кредитные продукты часто отождествляются с кредитными услугами. Это не вполне корректно с позиции клиента ориентированного подхода, который должен быть основополагающим для банков. Кредитная услуга – это совокупность взаимосвязанных интеллектуальных, финансовых, технических и прочих действий (операций) банка, направленных на удовлетворение потребностей клиентов в привлечении ресурсов на возвратной основе, или как итог деятельности банка по удовлетворению финансовых потребностей клиентов. В отличие от нее, кредитный продукт – это уже конкретная категория, это то, что конкретный клиент фактически покупает у конкретного банка, и он представляет собой конкретное воплощение кредитной услуги в форме ее четкого определения или структурирования условий, рассчитанных на конкретного заемщика или на их группу. Кредитная услуга является основной для банка. Не случайно банк иногда называют крупным кредитным учреждением. Действительно, в общей сумме активов банка, основной удельный вес составляют кредитные услуги, которые являются основным направлением размещения средств банка. Чаще всего за счет кредитования клиентов банк получает большую часть дохода [4].

Роль кредита в современной экономике очень велика на микро- и макроэкономическом уровне и на мировом уровне развития:

- за счет кредитования расширяются масштабы и функционирующего капитала, а значит, производства, товарного обращения и занятости;
- кредит придает капиталу эластичность и мобильность, т.е. предоставляется возможность перебрасывать огромные финансовые ресурсы от одних предприятий, отраслей, секторов экономики к другим предприятиям, отраслям, секторам и странам;
- кредит содействует увеличению возможностей потребителей и повышению качества жизни населения;
- позволяет ускорить процесс накопления капитала, содействует более быстрому обновлению технологической базы производства и научно-технического прогресса;
- способствует развитию внешней торговли, углублению международного разделения труда;
- кредит – один из важнейших инструментов регулирования экономики.

Анализ эффективности продаж кредитных продуктов в банках проводится для получения наиболее полной картины развития кредитования в данном конкретном банке и в банковской отрасли в целом. Основной целью повышения эффективности продаж кредитных продуктов является минимизация рисков, увеличение объемов кредитования, увеличение работоспособности активов, улучшение качества кредитов [1].

В исследованиях, посвященных эффективности банковской деятельности, также нет ее

однозначных трактовок. Автор Л.Г. Батракова отмечает, что «эффективность – это самая сложная экономическая категория и поэтому наиболее существенные характеристики банка, такие как многомерность, динамичность, взаимосвязанность

различных сторон и другие, находят свое отражение через эту категорию». Автор О.Б. Волошина при определении эффективности функционирования коммерческого банка придерживается традиционного подхода, определяя его как «степень достижения цели, стоящей перед оцениваемым банком, с непременным анализом затраченных на это ресурсов» [5].

Правильно спланированное управление кредитованием в банках – это главный показатель повышения эффективности кредитных отношений.

Анализ эффективности кредитных операций в банках складывается из финансового прогнозирования инструментов и моделирования деятельности комплексного анализа оценок достигнутых результатов, метод изучения оценки выбранных направлений [3].

С помощью системы показателей проводится анализ эффективности кредитной деятельности банка:

1. Доходность кредитных операций.
2. Удельный вес доходов от предоставления кредитов в общей сумме доходов.
3. Рентабельности кредитных операций.

Таблица 1

Показатели эффективности кредитной деятельности банка [5]

Показатель	Описание
Рентабельности кредитных операций	Рассчитывается делением дохода от предоставленных кредитов на затраты на привлечение ресурсов (суммы, выплаченные по вкладам клиентам). Рост этого показателя свидетельствует о правильности примененной банком политики установления процентных ставок на кредиты и вклады.
Доходность кредитных операций	Рассчитывается делением прибыли от кредитных операций на средние активы. Этот коэффициент свидетельствует о том, сколько получено дохода (прибыли) от кредитных операций на каждый тенге, вложенный в активы. Рост показателя прибыльности быстрыми темпами по сравнению с показателем доходности свидетельствует о росте эффективности кредитных вложений.
Удельный вес доходов от предоставления кредитов в общей сумме доходов	Рассчитывается делением дохода от предоставления кредитов на общую сумму доходов банка. Если коэффициент удельного веса кредитных доходов выше коэффициента удельного веса кредитов в доходных активах, то

	это свидетельствует о том, что эффективность кредитных операций выше, чем эффективность других банковских операций.
--	---

В целях повышения эффективности и качества сферы банковских услуг можно предложить следующие мероприятия, реализация которых позволит увеличить любой кредитной организации объем продаж, приведет к росту капитализации банка и получению прибыли.

1. Внедрение высокотехнологичного дистанционного обслуживания. Стремление сократить затраты и упростить процедуру обслуживания клиента привело к использованию в сфере банковских услуг современных информационных технологий, однако они включают в себя не только технические или технологические разработки, но и внедрение новых форм бизнеса, новых методов работы на рынке, новых финансовых инструментов.

2. Создание службы персонального менеджера, который досконально будет знать историю каждого клиента, специфику его запросов и проблем. Такие службы при грамотном подходе и широком использовании информационных технологий позволят не только существенно повысить качество обслуживания клиентов, но и усовершенствовать внутрибанковскую работу, сокращая внутренние расходы и формируя спрос на дополнительные услуги.

3. Технология выездного обслуживания.

В настоящее время многие банки активно используют технологию выездного обслуживания. Клиенту достаточно оставить заявку в электронном виде или позвонить в центр банка, и специалист отдела продаж сам приедет к клиенту в заранее согласованное время.

Среди видов заявок по технологии выездного обслуживания могут быть обработаны заявки на открытие счета, получение кредита и прочие банковские операции

4. Обеспечение клиентов актуальной информацией об услугах и технологиях банка и проведение специальных программ по повышению лояльности текущих клиентов и привлечению новых [4].

Одним из каналов информирования клиентов о продуктах и услугах являются презентационные материалы банка, основное назначение которых – ознакомление клиента с возможностями получения им той или иной банковской услуги и порядком ее предоставления. Важно, чтобы эти материалы были удобны и понятны клиенту. Для этого они должны составляться как бы с точки зрения клиента и структурироваться, исходя из потребностей и понимания клиента.

Таким образом, чтобы выдержать конкуренцию коммерческие банки должны постоянно расширять диапазон оказываемых услуг. Расширение спектра банковских услуг и повышение качества обслуживания клиентов дает возможность повысить их конкурентоспособность в привлечении ресурсов и новых клиентов [1].