

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

А.Ю. Панова, Ю.Е. Семенова, С.В. Грибановская

ДЕНЬГИ, КРЕДИТ, БАНКИ

Учебное пособие для студентов
Направление 38.03.01 «Экономика»
Экономика и управление на предприятии

Санкт-Петербург
РГГМУ
2021

УДК 33(075.8)
ББК 65.265.1-я 73

А.Ю. Панова, Ю.Е. Семенова, С.В. Грибановская.
Деньги, кредит, банки. Учебное пособие / А.Ю. Панова,
Ю.Е. Семенова, С.В. Грибановская – Санкт-Петербург :
РГГМУ, 2021. – 212 с.

Рецензенты:

- заведующий кафедрой «Экономическая теория»
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»,
доктор экономических наук, профессор М.М. Хайкин;

- профессор кафедры основ экономики и менеджмента
Института промышленного менеджмента, экономики и
торговли ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский
политехнический университет Петра Великого», доктор
экономических наук, профессор В.Е. Засенко

В учебном пособии рассматриваются вопросы,
связанные с функционированием денежного обращения,
кредита и банковской системы.

Учебное пособие предназначено для студентов очной,
очно-заочной и заочной форм обучения по направлению
подготовки 38.03.01 «Экономика», профиль «Экономика и
управление на предприятии».

© А.Ю. Панова, 2021

© Ю.Е. Семенова, 2021

© С.В. Грибановская, 2021

© «Российский государственный
гидрометеорологический университет»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Деньги	4
1.1 Происхождение, сущность и функции денег	4
1.2 Виды денег	10
1.3 Денежное обращение и его законы	16
1.4 Денежная система	23
2. Кредит	28
2.1 Кредит его сущность, функции и принципы	28
2.2 Классификация банковского кредита	30
2.3 Ссудный процент	34
2.4 Кредитная система	36
3. Банки	39
3.1 Центральный банк	39
3.1.1 Сравнение центральных и коммерческих банков	39
3.1.2 Центральные банки: особенности деятельности	42
3.1.3 Банк России	46
3.1.4 Функции Банка России	67
3.1.5 Операции Банка России	71
3.1.6 Банковское регулирование и банковский надзор	75
3.1.7 Денежно-кредитная политика Банка России: направления, цели, методы, инструменты	83
3.2 Коммерческие банки	90
3.2.1 Структура банковских операций	90
3.2.2 Депозитные операции	94
3.2.3 Кредитные операции	102
3.2.4 Расчетно-кассовые операции	115
3.2.5 Операции с ценными бумагами	126
3.2.6 Операции с валютой	130
3.2.7 Лизинговые операции	136
3.2.8 Факторинговые операции	140
3.2.9 Банковский маркетинг	143
Глоссарий	199
Список использованных источников	205

1. Деньги

1.1 Происхождение, сущность и функции денег

Деньги — всеобщий эквивалент, служащий мерой стоимости любых товаров и услуг, способный непосредственно на них обмениваться. По своей форме деньги могут быть особым товаром, ценной бумагой, знаком стоимости, различными благами или ценностями, записями по счетам.

Функции денег:

1. мера стоимости, служащая эталоном для товаров, позволяющим приравнивать разнородную продукцию и определять ее ценность;

2. средство обращения, обеспечивающее возможность преодоления временных, пространственных ограничений при реализации обмена товаров;

3. средство платежа, являющееся эквивалентом выражения величины долговых обязательств и инструментом их погашения;

4. средство накопления и образования сокровищ. Деньги как средство накопления вложены и, капитализируясь, приносят доход, сокровища изъяты из обращения;

5. мировые деньги – всемирные платежные единицы, принимаемые за резервные валюты.

Теории происхождения денег:

1. Эволюционная теория объясняет появление денег как результат эволюционного процесса, который сам по себе, независимо от желания людей привел к тому, что некоторые предметы выделились из общей массы и заняли особое место. Большая часть российских экономистов придерживается этой теории. Открытием стали взгляды классиков экономической теории А. Смита и Д. Рикардо, обобщенные и развитые К.Марксом о происхождении

денег из процесса обмена в результате разделения общественного труда.

К.Маркс объясняет происхождение денег объективным стихийным процессом развития определенной формы производственных отношений. Деньги есть необходимый продукт и неперемное условие развития товарного производства [32, с.35]. Возникая на основе стоимостной соизмеримости продуктов труда, деньги служат внешней формой для выражения их стоимостных пропорций.

Важным выводом этой теории является вывод о товарном происхождении денег.

2. Рационалистическая, предполагающая введение оценочных эквивалентов стоимости как результат взаимной договоренности представителей социума. Договоренности могут быть горизонтальными – продавец-покупатель и вертикальными – государство-народ. П. Самуэльсон один из представителей теории определял понятие «деньги» как искусственную социальную условность [49]. Экономист Дж.К. Гелбрейт считал, что «закрепление денежных функций за благородными металлами и другими предметами - продукт соглашения между людьми»[43]. Денежные единицы имеют условный характер, являются продуктом экспериментального узаконивания стоимостных эквивалентов.

В настоящее время вопрос о происхождении денег является открытым. С одной стороны, эволюционная теория подтверждается историей появления денег. С другой стороны, существование современных денег (бумажных и кредитных), не имеющих реальной стоимости, соответствующей их номинальной стоимости, указанной на банкнотах, подтверждает субъективистко-психологический подход к объяснению происхождения денег, основанный на форме общественного договора, выливающегося в необходимость признания за деньгами

функции всеобщего эквивалента и повсеместного принятия их в качестве оплаты за товары и услуги.

Эволюция развития денег

История развития обменных отношений позволяет вывести следующие формы стоимости:

Простая или случайная форма стоимости, свойственна низкой ступени развития производительных сил. Данная форма может быть представлена в следующем виде:

$$X \text{ товара } A = Y \text{ товара } B \quad 1$$

При натуральном хозяйстве избыток продуктов возникал лишь периодически от случая к случаю. Товары, подлежащие обмену, случайно измеряли свою стоимость через посредство другого товара. Меновая стоимость, т.е. пропорция в которой один товар обменивается на другой, резко колебалась во времени и пространстве. Однако в простой форме стоимости заложены основы будущих денег.

Полная или развернутая форма стоимости. С одной стороны, продолжающееся разделение труда, с другой, рост производительности труда и объемов производства создают условия, когда при обмене один товар встречается с множеством других товаров-эквивалентов. Данная форма может быть представлена в следующем виде:

$$X \text{ товара } A = Y \text{ товара } B = Z \text{ товара } C =: \\ = N \text{ товара } D \quad 2$$

Существование данной формы стоимости подтверждается опытом совершения обменных операций индонезийскими аборигенами в 18-19 веках. Для обмена ими определялось место, где каждое племя оставляло свой продукт для обмена и брало из предметов оставленных другими племенами необходимые вещи. Таким образом, каждое племя получало необходимый для себя продукт через совершение нескольких обменных операций.

Существование данной формы стоимости при совершении обменных операций наблюдал и описал англичанин Верни Ловетт Камерон, возглавлявший в 1873 году африканскую экспедицию Лондонского географического общества. Для того чтобы получить лодки для переправы через озеро В.Л.Камерону пришлось совершить следующие обменные операции: проволока = одежда и обувь = слоновые бивни = лодки/ На совершение этих операций потребовалось более 10 дней.

Незаконченность и разнородность выражения стоимости постепенно и неизбежно приводили к выделению товара, на который все чаще стали обмениваться другие товары. Результатом стало появление всеобщей развернутой формы стоимости, которая может быть представлена в следующем виде:

$$\left. \begin{array}{l} X \text{ товара } A = \\ Y \text{ товара } B = \\ \dots = \\ Z \text{ товара } C = \end{array} \right\} N \text{ товара } D$$

Товар D получил название всеобщего эквивалента. Выделение всеобщего эквивалента не является результатом соглашения между людьми или чьей-либо воли. Это стихийный экономический процесс. В процессе исторической эволюции товарного обращения форму всеобщего эквивалента приобретали самые разнообразные товары. Каждый товарно-хозяйственный уклад выдвигал свой товар-эквивалент. Но всегда привилегированное положение занимали товары, которые служили наиболее важными предметами обмена. Как правило, они распадаются на 2 категории[37]:

- предметы первой необходимости;
- предметы украшения.

К числу первых товаров-эквивалентов можно отнести:

- треску у народов древней Исландии;
- лодки у североамериканских индейцев;
- шкуры у народов древней Скандинавии;
- скот у многих народов, в том числе и в древней Руси;
- "кирпичный" чай в Монголии;
- рабов в рабовладельческих государствах древнего мира и т.д.

Среди товаров-эквивалентов украшений можно назвать:

- раковина каури, которая использовалась в качестве товара-эквивалента в Индии, Цейлоне, Сиаме и Африке;
- вампум (расшитый кожаный пояс) у индейцев Северной Америки;
- меха в древней Руси и пр.

Данные предметы имели две важные особенности:

1. в равной мере служили для непосредственного потребления и в качестве орудия обращения;
2. были достаточно редки и поэтому высоко ценились.

В результате развития обмена всеобщим эквивалентом в течение длительного периода становится один товар. Эта функция закрепляется за металлом (золотом, серебром). Это является признаком денежной формы стоимости.

Существуют археологические находки подтверждающие, что слитки серебра ходили уже в Древнем Вавилоне в 3-2 тыс. до н.э. В Египте в 4 тыс. до н.э. деньгами были небольшие слитки золота весом около 14 гр. с клеймом фараона Менеса. Известна древнейшая лидийская монета 7 века до н.э. - золотой статер (именно ее чаще всего считают первой монетой). Родиной первой монеты называют и древнегреческий остров Эгин во

владениях аргосского царя Фейдона, где монеты появились около 748 г. до н.э.

Для превращения товара в деньги необходимо:

- общее признание функции эквивалента продавцом и покупателем и не возможность их отказа от совершения обмена при использовании в качестве эквивалента денег;

- наличие особых физических свойств у товара-денег, делающих его пригодным для постоянной обмениваемости.

1.2 Виды денег

Деньги принято разделять на несколько видов.

1. Товарные деньги. Считается, что это исторически самый первый вид обменного эквивалента. В разные времена у разных народов в качестве денег могли использоваться ракушки, домашние животные и их шкуры, какие-то стандартные ценные вещи, например наконечники копий. На более высоком уровне развития цивилизации таким эквивалентом стали золотые и серебряные монеты. Товарные деньги неудобны для частого обращения, так как слишком тяжелы, неделимы или портятся при хранении. Но самое главное — они слишком дороги в изготовлении. Ведь стоимость их изготовления должна соответствовать их номиналу, иначе натуральные деньги не будут выполнять функцию идеального товара, выступающего эквивалентом стоимости других товаров. В то же время с развитием экономики потребность в деньгах увеличивается, что делает денежную систему государства слишком дорогой. Стоимость денег в такой экономике всегда сопоставима с размерами ВВП, то есть слишком много ресурсов направляется не на производство товаров и услуг, а на производство денег, что сокращает общий

производственный потенциал страны. В настоящее время товарные деньги используются как средство сбережения и для коллекций (инвестиционная монета).

2. Обеспеченные, или репрезентативные деньги. К ним относятся денежные знаки, которые можно обменять на то или иное количество лежащего в их основе реального актива: серебра и золота. Их появление было обусловлено в первую очередь простотой использования - удобством и большей безопасностью транспортировки, отсутствием реальной порчи и стирания золота в процессе обращения и прочее.

Однако на сегодня, после отмены золотого стандарта, банкноты больше не гарантируются обменом на фиксированный товар и превратились в символические деньги, сохранив прежнее название.

3. Так называемые фиатные, или символические деньги. Это современные банкноты. Их выпуском занимаются центральные банки. Стоимость этих денег определяется их качеством, то есть тем, как они выполняют свои функции и насколько признаются в качестве средства платежа участниками экономических процессов. Фиатные деньги фактически не имеют собственной ценности, но приобретают ее благодаря тому, что они выполняют свои функции. А кроме того, их стоимость базируется на том, что государство признает их законным средством платежа на своей территории и принимает в качестве уплаты налогов.

Выпуск фиатных денег позволяет получать два вида дохода: сеньораж и инфляционный налог[36]. Сеньораж – это прибыль за счет разницы в цене между стоимостью изготовленных денег и их рыночной, обменной стоимостью. Инфляционный налог – доход, получаемый эмиссионным банком или государством за счет выпуска дополнительных денег для финансирования своих

расходов. Эти действия вызывают инфляцию, поэтому и принято называть такую прибыль инфляционной.

Следует отметить, что, помимо банкнот и монет, к фиатным деньгам относятся безналичные деньги на счетах в банках, а также электронные деньги.

4. Современная экономическая наука выделяет в отдельную группу кредитные деньги.

Кредитные деньги возникают с развитием товарного производства. Их появление связано с функцией денег как средства платежа, где деньги выступают обязательством, которое должно быть погашено в установленный срок. Кредитные деньги являются представителями денежного капитала, они появляются не из обращения, а из производства, из кругооборота капитала. В отличие от функционирования бумажных денег величина кредитных денег в обращении определяется не реальными золотовалютными резервами государства, а кредитами. Кредитные деньги выпускаются как частными юридическими лицами, так и государством в лице центрального банка.

Кредитные деньги прошли следующий путь развития: вексель - акцептованный вексель - банкнота - чек - электронные деньги - пластиковые карточки.

Вексель - первый вид кредитных денег, возникший в результате торговли в кредит. Вексель - это документ, составленный по установленной законом форме и содержащий безусловное абстрактное (без относительно вида сделки) письменное долговое обязательство.

Виды векселей:

1. коммерческие, возникающие на основе торговой сделки.

Разновидности коммерческого векселя:

- Простой (соло-вексель) - это письменное долговое обязательство должника об уплате в указанный срок определенной суммы денег владельцу векселя;

- Переводной (тратта) - это приказ кредитора (векселедателя-трассанта) должнику (трассату) об уплате определенной суммы требуемому третьему лицу (ремитенту) в указанный срок. Т.о. трассант переводит свой долг перед третьим лицом на трассата;

2. финансовые, возникающие из предоставления в долг определенной суммы денег (их разновидностью является казначейский вексель, где должником выступает государство);

3. дружеские - безденежные векселя не связанные с какой-либо конкретной сделкой, а выписанные контрагентами друг другу с целью получения денежных средств путем учета в коммерческих банках;

4. бронзовые - векселя, не имеющие реального обеспечения.

Акцептованный вексель - это вексель, гарантированный к оплате третьим лицом (чаще всего банком).

Банкнота - доминирующая форма кредитных денег, выпускаемая в настоящее время центральным банком и имеющая кредитное обеспечение (векселя, ценные бумаги государства). Банкноты являются бессрочными долговыми обязательствами государства и благодаря своей государственной гарантии становятся общепризнанным всеобщим эквивалентом.

Эмиссия банкнот имеет 3 канала обеспечения:

1. Банковское кредитование хозяйства (банкноты эмитируются под вексельное обеспечение);

2. Банковское кредитование государства (банкноты эмитируются под долговые обязательства государства);

3. Золотовалютные резервы (банкноты эмитируются под прирост запасов золота и валюты в центральном банке).

Имея одну природу с векселем, банкнота существенным образом отличается от него по следующим признакам:

- срочность (вексель срочное долговое обязательство, банкнота бессрочна);

- гарантия (вексель гарантируется отдельным частным лицом, банкнота - государством);

При рассмотрении банкноты как формы кредитных денег существенным является рассмотрение отличий банкноты от бумажных денег. При анализе будем использовать понятие классическая банкнота - первая формы банкноты, имеющей двойное обеспечение (коммерческую гарантию, на основе учета векселей и золотую гарантию, обеспечивавшую ее обмен на золото):

- По происхождению - бумажные деньги возникли из функции денег как средство обращения, банкнота из функции - средство платежа;

- По методу эмиссии - бумажные деньги выпускает казначейство, банкноту - центральный банк.

- По возвратности - по истечении срока векселя, под который выпущены банкноты, возвращаются в банк, бумажные деньги остаются в сфере обращения;

- По разменности - банкнота разменивалась на золото и серебро, бумажные деньги всегда были не разменными.

В современных условиях банкнота является не разменной на золото, что делает ее похожей на бумажные деньги.

Чек - денежный документ установленной формы, содержащий безусловный приказ владельца счета в кредитном учреждении о выплате держателю чека

указанной в нем суммы. Впервые чеки возникли в Англии в 1683 году.

Различают 3 основных вида чеков:

- именной - на определенное лицо без права передачи;
- предъявительский - без указания получателя;
- ордерный - на определенное лицо, но с правом передачи посредством передаточной надписи (индоссамента) на обороте документа.

5. Электронные деньги возникли в результате механизации и автоматизации банковских операций, перехода к использованию ЭВМ. Внедрение ЭВМ позволило перейти от бумажных носителей информации в денежной сфере, а к электронным базам данных и осуществлением платежей через внесение электронных записей. Денежный платеж приобрел форму электронного импульса. Электронные деньги не являют собой новый вид или разновидность денег, так как в его основе лежит обычное депозитное обращение, основанное на изначальном внесении лицом, совершаемым платеж, определенной суммы кредитных денег.

Причинами перехода к электронным деньгам стали:

- экономия на издержках обращения;
- ускорение расчетов;
- повышение уровня банковского обслуживания.

Пластиковые карточки - именной денежный документ, удостоверяющий наличие счета ее владельца в кредитном учреждении и дающий право на приобретение товаров и услуг в розничной торговле без оплаты наличными деньгами. Пластиковая карточка представляет собой электронную альтернативу наличным деньгам и чекам. Пластиковые карточки характеризуются большим многообразием. В таблице 1.1 представлена классификация пластиковых карточек.

Таблица 1.1 - Классификация пластиковых карт

Классификационные признаки	Пластиковые карты
Назначение	Кредитные (расчеты производятся с использованием постоянно возобновляемого кредита, выдаваемого эмитентом)
	Дебетовые (платежи осуществляются в пределах остатков средств на счете клиента)
	Дисконтные (платежи осуществляются со скидкой от стоимости)
Характер использования	Индивидуальные (личные)
	Семейные
	Корпоративные
	Чековые гарантийные Карточки туризма и развлечений
Время использования	Ограниченные (с пролонгацией и без пролонгации)
	Неограниченные
Принадлежность эмитенту	Банковские
	Коммерческие
	Международных платежных систем (пр. VISA)
Сфера использования	Универсальные
	Частные коммерческие (карты супермаркетов, автозаправочных станций, отдельных фирм)
Территориальное действие	Международные
	Национальные
	Локальные
	Клубные

Существует и другая система классификации денег: наличные и безналичные. Причем к наличным принято

относить не только ассигнации и казначейские билеты, но также такие кредитные деньги: как векселя, чеки и банкноты. К безналичным деньгам относятся записи на банковских счетах, включая платежные карты, кредитные карты и электронные деньги.

На сегодняшний день рубль, как и основные мировые валюты, представляет собой фиатные деньги. Объем денег, находящихся в обращении, принято называть денежной массой.

1.3 Денежное обращение и его законы

Деньги находятся в постоянном движении между государством, хозяйствующими субъектами и физическими лицами. Движение денег в наличной и безналичной форме при выполнении ими своих функций называется денежным обращением. Различают безналичное и налично-денежное обращение. Безналичное обращение—движение стоимости без участия наличных денег: перечисление денежных средств по счетам кредитных учреждений, зачет взаимных требований. Развитие кредитной системы и появление средств клиентов на счетах в банках и других кредитных организациях привели к возникновению такого обращения. Налично-денежное обращение—движение денег в наличной форме при выполнении им двух функций: средства обращения и средства платежа. Между наличным и безналичным денежным обращением существует взаимосвязь и взаимозависимость. Деньги постоянно переходят из одной сферы обращения в другую: наличные деньги при внесении на счет в кредитном учреждении становятся безналичными, при снятии их со счета они опять становятся наличными. Под денежным оборотом понимается совокупность всех платежей в наличной и

безналичной форме за определенный период. Денежный оборот отражает процессы создания, распределения и перераспределения ВВП и НД. Рационально организованный денежный оборот соответствует темпам роста этих показателей. Если темпы роста денежного оборота превышают темпы роста ВВП и НД, то это свидетельствует об инфляционных процессах. В структуре денежного оборота различают платежный, безналичный и налично-денежный оборот. Платежный оборот представляет собой совокупность безналичных платежей и части налично-денежных, связанных с оплатой труда. Безналичный оборот представляет собой часть совокупного денежного оборота с использованием безналичных расчетов путем записей на счетах в банках или зачетов встречных требований хозяйствующих субъектов. В странах с развитой рыночной экономикой и нормально функционирующей банковской системой безналичный денежный оборот составляет около 90% совокупного денежного оборота. Налично-денежный оборот представляет собой часть совокупного денежного оборота с использованием наличных денег в качестве средства обращения и средства платежа. Налично-денежный оборот включает все платежи наличными деньгами за определенный период времени (месяц, квартал, год).

Законы денежного обращения.

1. Закон Коперника-Грешема:

«Худшие деньги вытесняют из обращения лучшие».

Закон постулирован Николаем Коперником в 1526 г. в трактате «*О чеканке монет*» и окончательно сформулирован в финансистом Томасом Грешемом в 1560 г.

Под «хорошими» подразумеваются деньги, «внутренняя» стоимость которых выше либо номинальной

стоимости, либо находящихся в обороте «плохих» денег с равной номинальной стоимостью.

Можно встретить и такие формулировки:

– «Деньги, искусственно переоценённые государством, вытесняют из обращения деньги, искусственно недооценённые им».

– «Дешёвые деньги будут вытеснять дорогие деньги».

– «Деньги, с которых можно не платить налоги, вытесняют деньги, с которых налоги платить необходимо».

– «Худшие деньги вытесняют из обращения лучшие, если обменный курс устанавливается законом».

Лауреат Нобелевской премии по экономике 1999 г. Р.Манделл дополнил закон Грешема, который в его интерпретации должен звучать как: «Плохие деньги вытесняют хорошие, если они имеют одинаковую цену»[58].

2. Закон денежного обращения К. Маркса

К. Маркс, анализируя пути развития форм стоимости и денежного обращения, открыл закон денежного обращения, сущность которого выражается в том, что:

количество денег, необходимых для выполнения функции средства обращения, должно быть равно сумме цен реализуемых товаров, деленной на число оборотов (скорость обращения) одноименных единиц.

Данный закон денежного обращения выражает экономическую взаимозависимость между массой обращающихся товаров, уровнем их цен и скоростью обращения денег, т. е. учитывает только одну функцию денег — средство обращения.

Данный закон можно характеризовать следующей формулой:

$$M * V = Q * P \quad 3$$

где M — количество денег, необходимых для обращения;

Q — объем произведенных товаров и услуг;
 P — средняя цена товаров и услуг;
 V — скорость оборота денег.

Закон, определяющий количество денег в обращении, с учетом двух функций денег — средства обращения и средства платежа, может быть выражен следующей формулой:

$$M = \frac{P_1 Q_1 - P_2 Q_2 + D_1 - D_2}{V} \quad 4$$

где $P_1 Q_1$ — сумма цен товаров и услуг, находящихся в обращении (уровень цен, умноженный на количество товаров);

$P_2 Q_2$ — сумма цен товаров и услуг, проданных в кредит, по которым еще не наступил срок оплаты;

D_1 — сумма платежей по наступившим долговым обязательствам;

D_2 — сумма взаимопогашаемых платежей;

V — скорость оборота денег.

Рассмотрим основные факторы, определяющие необходимое количество денег в обращении.

1. Сумма цен реализуемых на рынке товаров и услуг ($P_1 Q_1$). Если количество проданных в стране товаров и услуг увеличивается, например, вдвое, то, при прочих равных условиях, потребуется вдвое больше денег, чем прежде. Количество обращающихся товаров и предоставляемых услуг оказывает прямое влияние на количество денег в обращении. Если цены всех товаров повысятся вдвое, то для обслуживания товарооборота потребуется вдвое большее количество денег. При этом физический объем товарооборота (количество проданных товаров в натуральных единицах — тоннах, метрах и т. п.) может и не измениться. Уровень товарных цен оказывает прямое воздействие на количество денег в обращении.

2. Сумма цен товаров и услуг, проданных в кредит ($P2$ $Q2$). Степень развития кредита оказывает обратное влияние на количество денег, находящихся в обращении: чем шире развит кредит, тем меньшее количество денег требуется для обращения.

3. Сумма наступивших платежей ($D1$) отражает количество денег, необходимых для оплаты долгов: чем больше существует отсроченных платежей, тем большее количество денег необходимо для их осуществления.

4. Сумма взаимопогашаемых платежей ($D2$) отражает степень развития безналичных расчетов. Она оказывает обратное влияние на количество денег в обращении: чем больше долговых обязательств погашается путем безналичных расчетов, тем меньше денег требуется для обращения.

Как видно, все факторы определяются условиями производства. Чем больше развито общественное разделение труда, тем больше объем продаваемых товаров и услуг на рынке; чем выше производительность труда, тем ниже стоимость товаров и услуг, а также цены.

С появлением и развитием кредитных отношений возникает функция денег как средства платежа, товары продаются в кредит под долговые обязательства. Кредит приводит к сокращению общего количества денег в обращении, поскольку определенная часть долговых обязательств взаимопогашается.

В условиях функционирования действительных денег (золотых) их количество поддерживалось на необходимом уровне стихийно, так как регулятором выступала функция сокровища. Соотношение между массой товара и массой денег поддерживалось относительно точно. Это обеспечивало устойчивость денежного обращения.

При отсутствии золотого стандарта стал действовать закон бумажно-денежного обращения[53], в соответствии с

которым количество знаков стоимости приравнивалось к оценочному количеству золотых денег, потребных для обращения. При таком положении стабильность денег снизилась, стало возможным обесценение.

При утрате деньгами отдельных функций закон денежного обращения претерпел модификацию. Теперь уже нельзя оценивать количество денег с точки зрения даже приблизительного их расчета через золото. Оно не участвует в обращении и не выполняет функций не только средства обращения и средства платежа, но и меры стоимости.

В этих условиях мерой стоимости товара и услуг стал денежный капитал, измеряющий стоимость не на рынке при обмене (как было раньше), а в процессе производства товаров. Всякий товар, обмениваясь на неразменные кредитные деньги, выражает свою стоимость через приравнивание его ко множеству товаров.

В связи с этим товарная сделка, оцененная в определенной сумме неразменных кредитных денег, должна обеспечить предпринимателю такое количество потребительной стоимости, которое позволит ему после ее реализации начать новый производственный цикл. В силу этого деньги приобретают способность всеобщего эквивалента. Хотя стихийный регулятор общей величины денег при господстве знаков стоимости отсутствует, эта роль регулирования денежного обращения переходит к государству.

Кредитные деньги, приобретая черты бумажных денег, вводятся государственной властью, которая наделяет их принудительным курсом. Их эмиссия без учета стоимости произведенных товаров и оказанных услуг в стране неизбежно вызывает их излишек и, в конечном счете, приводит к обесценению [47].

В связи с этим большое значение приобретает вопрос о необходимости определения требуемого количества денег для обращения. В соответствии с «уравнением обмена» количество денег определяется зависимостью уровня цен от денежной массы.

Следовательно, количество денег, необходимое для обращения определенной массы товаров:

$$M = PQ : V \quad 5$$

а цена товара:

$$P = MV : Q \quad 6$$

При этом уровень цен изменяется пропорционально изменению массы денег в обращении.

В современной рыночной экономике используют несколько формул, определяющих объем денег, необходимых для обращения. Одна из них имеет следующий вид:

$$D_o = (T_{ц} + P_{с} - Z_{вп} - D_{п} - R_{ив} - O_{п} + B_{п}) : V \quad 7$$

где D_o — сумма денег, необходимых для обращения;

$T_{ц}$ — сумма цен реализуемых товаров;

$P_{с}$ — сумма платежей, по которым наступил срок оплаты;

$Z_{вп}$ — сумма взаимопогашаемых платежей;

$D_{п}$ — сумма передачи долгов;

$R_{ив}$ — сумма цен товаров, реализованных за иностранную валюту;

$O_{п}$ — сумма отсроченных платежей;

$B_{п}$ — сумма векселей, переучтенных центральным банком;

V — скорость обращения денег.

1.4 Денежная система

Денежная система – это система обращения денег в стране, сложившаяся исторически и закреплённая законодательно.

Основные юридические положения о денежной системе РФ отражены в Федеральном Законе «О ЦБ РФ (Банке России)» от 10 июля 2002г.

Денежная система включает следующие основные элементы:

1. Денежную единицу;
2. Масштаб цен;
3. Виды денег;
4. Эмиссионную систему;
5. Государственный и кредитный аппарат.

Денежная единица – установленный в законодательном порядке денежный знак, который служит для соизмерения и выражения цен всех товаров. В РФ это – рубль. В подавляющем большинстве стран установлена десятичная система деления, т.е. 1 рубль равен 100 копейкам.

Масштаб цен трактуют по-разному, но большинство специалистов считают, что это то количество золота, которое зафиксировано в денежной единице данной страны. Однако Ямайская валютная реформа 1976-1978гг. отменила официальную цену золота и золотое содержание денежных единиц. РФ присоединилась к ней в 1990г.

Виды денег, являющиеся законным платёжным средством –

- Кредитные банковские билеты;
- Бумажные деньги (казначейские билеты);
- Разменная монета.

Различия между ними приведены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Различие между кредитными банковскими и казначейскими билетами

Вид	Эмитент	Назначение
Кредитные	Центральный Эмиссионный Банк	Кредитование экономики
Казначейские	Министерство Финансов (казначейство)	Финансирование дефицита бюджета

Эмиссионная система включает:

– Эмиссионные центры. В стране может быть один (Центральный банк) или два (Центральный банк и казначейство в Министерстве Финансов) эмиссионных центра.

– Эмиссионное законодательство оно полностью регламентирует эмиссионную деятельность государства.

О государственном и кредитном аппарате мы будем говорить в третьем разделе курса – Банки.

Типы денежных систем:

1. Металлический тип денежной системы, при котором денежный товар обращается непосредственно и выполняет все функции денег. Одновременно могут обращаться и кредитные деньги, которые при желании можно обменять на «золото».

1.1. Биметаллизм - денежная система, при которой в монетных деньгах используется два металла. Выделяют:

1.1.1. систему параллельной валюты, при которой соотношение между золотом и серебром устанавливалось стихийно в соответствии с рыночной ценой металла;

1.1.2. систему двойной валюты, при ней соотношение между золотом и серебром устанавливало государство;

1.1.3. систему «хромающей» валюты, при ней и золото, и серебро являлись законным платежным средством, но не на равных основаниях. Серебряные монеты выступали

знаками золотых. Предусматривалась свободная чеканка золотых монет и закрытая - серебряных.

1.2. Монометаллизм - денежная система, при которой в монетных деньгах используется один вид металла. Бывает:

1.2.1. медный;

1.2.2. серебряный;

1.2.3. золотой.

Золотой монометаллизм внутри себя тоже делится на:

1.2.3.1. золото-монетный стандарт;

1.2.3.2. золото-слитковый стандарт;

1.2.3.3. золото-девизный стандарт.

Золото-монетный стандарт – это первая мировая валютная система, которая сформировалась стихийно, в результате Промышленной революции (XIXв.) [56].

Основные черты золото-монетного стандарта:

– Обращение золотых монет;

– Свободная чеканка золотых монет с фиксированным золотым содержанием;

– Неограниченное движение золота между людьми и странами;

– Свободный обмен знаков стоимости (бумажных денег) на золото по номинальной (нарицательной) стоимости (т.е. 10 руб. бумажных равно 10 руб. золотом).

При этом стандарте золото было признано единственной формой золотых денег.

Золото-девизный стандарт предусматривал одновременное хождение золота и девизы. Девиза – это иностранная валюта в любой форме. Золото-девизный стандарт сформировали Генуэзская 1922г. и Бреттон-Вудская 1944г. системы. С этого времени национальные кредитные деньги используются как международные платежно-расчетные средства.

2. Неметаллические типы денежных систем:

2.1. Система замкнутых валют. Замкнутая (неконвертируемая) валюта - это валюта, функционирующая лишь в пределах одной страны и не обмениваемая на другие валюты. Такая валюта используется в странах, где действуют различные ограничения и запреты на вывоз и ввоз, продажу, покупку и обмен национальной и иностранной валюты, а также различные меры валютного регулирования. Замкнутыми являются валюты большинства развивающихся стран, некоторых бывших социалистических стран.

2.2. Девизная. Она в 1979г. сменила золото-девизный стандарт. Переход к современному состоянию был многоступенчатым вначале золото-девизный стандарт сменился стандартом СДР, потом ЭКЮ, затем произошла демонетизация золота, и, наконец, установился режим плавающих валютных курсов.

Характерные черты денежных систем промышленно развитых стран [24]:

1. Отмена официального золотого содержания, обеспечения и размена банкнот на золото;
2. Переход к неизменным на золото кредитным деньгам, и их разновидности – бумажным деньгам;
3. Выпуск денег в обращение не только, в порядке банковского кредитования экономики, но в значительной мере, для покрытия расходов государства (эмиссионным обеспечением, как правило, служат государственные ценные бумаги);
4. Преобладание в денежном обращении безналичного оборота;
5. Усиление государственного регулирования денежного обращения.

Современная денежная система РФ. Официальная денежная единица в РФ – рубль, введенный в обращение в июле 1993г. 1 рубль=100копейкам. Рубль имеет хождение

на всей территории РФ. Введение на территории РФ других денежных единиц или суррогатов запрещено.

Масштаб цен существовал в дореволюционной России и в СССР. Так в 1961г. рубль имел твердо фиксированное золотое содержание равное 0,987412 гр. Золота.

Виды денежных знаков:

В СССР существовали:

А) Бумажные -1,3,5рублевые купюры, казначейские билеты;

Б) Кредитные 10,25 и 50 рублевые банкноты Госбанка.

Сейчас в РФ – единый эмиссионный центр – ЦБ РФ, следовательно, все выпускаемые деньги являются кредитными деньгами – банкнотами.

Порядок эмиссии наличных денег и организация их обращения, изъятие из обращения определяются ЦБ РФ. Банкноты и монеты являются безусловными обязательствами ЦБ РФ и обеспечиваются всеми активами. Образцы монет и банкнот утверждаются ЦБ по согласованию с законодательными органами. О выпуске в обращение новых образцов сообщается заранее во всех средствах массовой информации.

2. Кредит

2.1 Кредит его сущность, функции и принципы

Кредит — общественные отношения, возникающие между субъектами экономических отношений по поводу движения стоимости. Кредитные отношения могут выражаться в разных формах кредита (банковский, коммерческий), займе, лизинге, факторинге и т.д.

Другие определения кредита:

- взаимоотношения между кредитором и заёмщиком;
- возвратное движение стоимости;
- движение платёжных средств на началах возвратности;
- движение ссуженной стоимости;
- движение ссудного капитала;
- размещение и использование ресурсов на началах возвратности;
- предоставление настоящих денег взамен будущих денег и др.

Сущностью кредита являются такие экономические отношения кредитора и заемщика, в которых на договорных условиях возвратности и платности передаются от кредитора заемщику деньги или их эквивалент в виде ценных бумаг, товаров, услуг и иных ценностей и активов.

Необходимость кредита определяется его функциями и ролью в экономике. Кредит является необходимым источником финансирования экономических агентов, выполняющим важнейшие функции, перечисленные ниже. Другим альтернативным источником финансирования экономики является рынок ценных бумаг.

Кредит совместно с деньгами является важнейшим элементом кругооборота доходов, товаров, услуг и ресурсов.

Кредит является необходимым элементом роста экономики (ВВП), т.к. предоставляет возможность предприятию расширять производство или организовать новое производство товаров и услуг.

Кредит выполняет важнейшую функцию инвестирования экономики, а также обеспечивает приток средств в наиболее прибыльные и перспективные отрасли и предприятия.

Стадии движения кредита:

1. изучение надежности заемщика,
2. размещение кредита,
3. получение кредита заемщиками,
4. использование кредита,
5. высвобождение ресурсов,
6. возврат кредита и процентов по нему, получение кредитором средств.

Кредит выполняет функции:

- аккумуляции денежных средств, это сосредоточение, например, средств населения в банке и объединение их в форме кредита предприятию;

- перераспределения денежных средств осуществляется следующим образом: свободные денежные средства поступают в банки или фонды от одних экономических агентов, а выдаются в форме кредитов другим;

- пополнения оборотных средств экономических агентов За счет краткосрочных кредитов фирмы и другие экономические агенты пополняют свои оборотные средства;

- регулирования объема совокупного денежного оборота С помощью экономических инструментов ЦБ (ставка рефинансирования, нормы банковских резервов и др.) регулирует через влияние на цену банковских кредитов объем совокупного денежного оборота;

- эмиссионную функцию, проявляется в том, что в процессе кредитования создаются платежные средства за счет эффекта банковского мультипликатора, а также вексельного кредитования;

- контрольную функцию, это контроль за экономическим состоянием заемщика, контроль за всеми стадиями движения кредита, контроль за расходованием средств в соответствии с кредитным договором.

-инвестиционная функция кредита состоит в долгосрочном кредитовании инвестиционных проектов.

2.2 Классификация банковского кредита

1. По назначению кредита

1.1. Целевой:

а) платежный (на проведение конкретной коммерческой сделки или удовлетворение временной нужды):

– на оплату расчетных (платежных) документов контрагентов клиента,

– на приобретение ценных бумаг;

– на авансовые платежи [38];

– на платежи в бюджеты;

– на заработную плату (выдача денег по чеку со ссудного счета заемщика);

– другие.

б) на финансирование производственных затрат, т.е. на:

– формирование запасов товарно-материальных ценностей;

– финансирование текущих производственных затрат;

– финансирование инвестиционных затрат, включая кредиты на лизинговые и т.п. операции (промежуточные);

в) учет (покупка) векселей, включая операции репо (покупка с обязательством обратной продажи);

г) потребительские кредиты (физическим лицам).

1.2. Без указания конкретной цели.

2. По характеру обеспечения

1. Необеспеченные (бланковые);

2. Обеспеченные залогом недвижимого и движимого имущества, в том числе государственных и иных ценных бумаг, банковскими гарантиями и иными способами, предусмотренными ФЗ или договором.

3. Недостаточно обеспеченные;

4. Необеспеченные.

5. обеспеченные - кредиты, обеспеченные высоколиквидным залогом, который легко можно реализовать и средства направить на погашение кредита и процентов по нему;

6. недостаточно обеспеченные - кредиты, выдаваемые под залог, стоимость которого не позволяет покрыть весь долг и проценты по нему;

7. необеспеченные - кредиты, не имеющие высоколиквидного залога.

3. По технике предоставления

3.1. Кредит одной суммой (на основе кредитного договора);

3.2. Открытая кредитная линия. Кредит предоставляется в течение определенного периода в пределах согласованного лимита, каждая выдача кредита производится по мере необходимости поэтапно, в сроки и в размере, определенном по согласованию сторон. Кредитная линия бывает:

а) простая (невозобновляемая) Простая кредитная линия - это предоставление заемщику юридически оформленного обязательства кредитного учреждения выдавать ему в течение некоторого времени кредиты

(открыть кредитную линию) в пределах согласованного лимита;

б) возобновляемая (револьверная) ссуда это ссуда, предоставляемая банком клиенту в пределах установленного лимита задолженности, который используется полностью или частями и восстанавливается по мере погашения ранее выданного кредита. Револьверный кредит это многократно возобновляемый кредит. Постоянное обновление займы в условиях длительных отношений банка и клиента - характерная особенность револьверного кредита. В течение периода действия револьверный кредита клиент неоднократно займы и возвращает долг. Револьверный кредит нередко предоставляется на условиях бланковой займа;

в) онкольная (до востребования).

3.3. Овердрафт – краткосрочное кредитование расчетного счета заемщика по мере поступления платежных документов к нему в пределах лимита кредитования (англ. - превышение кредита) является специфическим видом контокоррентного кредита; это сумма, в пределах которой банк кредитует владельца текущего счета. При овердрафту банк в пределах согласованного лимита проводит платежи за клиента на сумму, превышающую остаток средств на его текущем счете. В результате на счета заемщика возникает дебетовое сальдо, которое и выражает сумму его задолженности перед банком. Из отрицательного остатка на счету банк взимает процент, как за обычный кредит. Правом на получение овердрафтного кредита пользуются особо надежные клиенты банка;

Контокоррентный кредит - предоставляется клиентам, имеющим в данном банке текущий счет. Контокоррентный кредит сочетает кредитное и расчетно-кассовое обслуживание клиента на основе открытия единого

активно-пассивного контокоррентного счета. Банк берет на себя все операции клиента с текущими требованиями и обязательствами. Лимит кредитования для каждого заемщика устанавливается индивидуально в зависимости от его финансового положения и репутации

3.4. Комбинированные варианты.

4. По форме предоставления кредита

4.1. В безналичной форме:

а) зачисление безналичных денег на соответствующий счет заемщика, в том числе реструктуризация ранее выданного кредита и предоставление нового;

б) кредитование с использованием векселей банка;

в) в смешанной форме (сочетание 2-х предыдущих вариантов).

4.2. В налично-денежной форме (как правило, физическим лицам).

4.3. Предоставленные с использованием банковских карт.

5. По способу предоставления кредита

5.1. Индивидуальный (предоставляемый заемщику одним банком).

5.2. Синдицированный

6. По времени и технике погашения кредита

6.1. Погашаемые одной суммой в конце срока.

6.2. Погашаемые равными долями через равные промежутки времени (этот вариант, как и следующий, предполагает согласование графика погашения основной суммы долга и процентов с указанием конкретных дат и сумм). Фактически это так называемый простой кредит (с ежемесячными равными суммами платежей).

6.3. Погашаемые неравными долями через различные промежутки времени:

а) сложный кредит (с выплатой от 20 до 50% суммы кредита в конце срока);

б) прогрессивный кредит (с прогрессивно нарастающими к концу срока действия кредитного договора выплатами);

в) сезонный кредит (кредит для сезонных производств с выплатами только в те месяцы, на которые приходится максимальные суммы выручки).

2.3 Ссудный процент

Понятие ссудного процента. Ссудный процент (цена кредита) – это часть прибавочной стоимости, величина которого зависит от себестоимости продукции, представляющей затраты живого и овеществленного труда. Это часть прибавочной стоимости, которую отдают предприниматели-заемщики кредиторам.

Роли ссудного процента:

1. посредством нормы процента уравновешивается соотношение спроса и предложения кредита. Он содействует рациональному сочетанию собственных и заемных средств;

2. устанавливаемая Банком России ставка платы за ресурсы наряду с нормой обязательных резервов и условиями выпуска и обращения государственных ценных бумаг постепенно становится эффективным средством управления коммерческими банками;

3. посредством процента осуществляется регулирование объема привлекаемых банком депозитов. Рост потребностей хозяйства в кредитах должен быть покрыт соответствующим приростом банковских депозитов как источников кредитования;

4. процентная политика коммерческого банка направлена на соответствующее управление ликвидностью его баланса. Дифференциация уровня ссудного процента по активным операциям в зависимости от ликвидности

вложений приводит к соответствию спроса на рисковый кредит со стороны заемщиков требованиям ликвидности баланса банков. Аналогично прослеживается роль процента по депозитным операциям как стимула привлечения наиболее устойчивых средств в оборот кредитного учреждения.

Функции ссудного процента:

1. Перераспределительная – отражает перераспределение дохода, полученного в отраслях материального производства, между сферой нематериального производства.

2. Регулирующая – оказывает воздействие на производство путем распределения ссудного фонда между отраслями, предприятиями, населением, а так же используется в системе инструментов денежно-кредитной политики.

3. Стимулирующая – предполагает что заемщик обязан выплачивать процент, вынужден следить за эффективностью и срочностью вложения этих средств.

Факторы, влияющие на ссудный процент:

1. Соотношение спроса и предложения заемных средств;

2. Уровень развития денежных рынков и рынков ценных бумаг;

3. Дефицит государственного бюджета;

4. Международная миграция капиталов;

5. Денежно-кредитная политика Центрального Банка;

6. Объем денежных накоплений населения;

7. Фактор риска присущ любой кредитной сделке;

8. Инфляционное обесценение денег (инфляционные ожидания);

9. Налогообложение;

10. Частные факторы.

Механизм использования ссудного процента:

1. Уровень процента определяется договором между участниками кредитной сделки с учетом соотношения спроса и предложения кредитных ресурсов.

2. ЦБ РФ осуществляет экономические способы регулирования его уровня.

3. Процентные ставки по ссудам устанавливаются коммерческими банками с учетом конкретных условий кредитной сделки: объема ссуды и срока ее погашения, наличия обеспечения, издержек привлечения средств, расходов по оформлению кредита и контролю, необходимости обеспечения прибыльной работы банка, кредитоспособности заемщика и др.

4. Уровень процента определяется договором между участниками кредитной сделки с учетом соотношения спроса и предложения кредитных ресурсов.

5. ЦБ РФ осуществляет экономические способы регулирования его уровня.

6. Процентные ставки по ссудам устанавливаются коммерческими банками с учетом конкретных условий кредитной сделки: объема ссуды и срока ее погашения, наличия обеспечения, издержек привлечения средств, расходов по оформлению кредита и контролю, необходимости обеспечения прибыльной работы банка, кредитоспособности заемщика и др.

2.4 Кредитная система

Кредитная система— совокупность кредитных отношений, существующих в стране, форм и методов кредитования, банков или других кредитных учреждений, организующих и осуществляющих такого рода отношения.

1. В функциональном плане кредитная система представляет собой совокупность кредитных отношений, возникающих при различных формах и видах кредита.

2. В организационном (институциональном) плане кредитная система — это совокупность институтов, аккумулирующих по различным каналам временно свободные денежные средства для дальнейшей передачи их заемщикам.

Кредитная система представлена на рисунке 1.

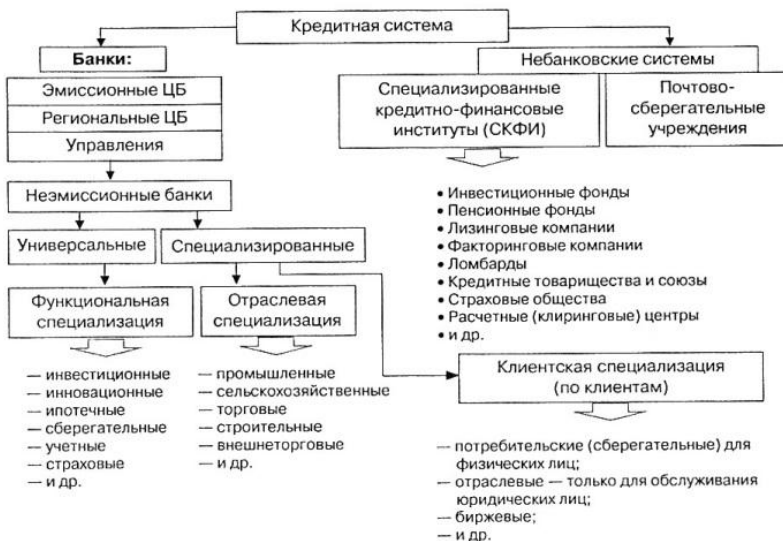


Рисунок 1 – Кредитная система

Банковская система Основой кредитной системы является банковская система. Типы построения банковской системы:

1. Одноуровневая банковская система. Предполагает преобладание горизонтальных связей между банками, универсализацию их операций и функций.
2. Двухуровневая банковская система. Взаимоотношения между банками протекают в двух плоскостях: по вертикали и по горизонтали.

3. Банки

3.1 Центральный банк

3.1.1 Сравнение центральных и коммерческих банков

Основным отличием деятельности центрального банка от коммерческого являются его задачи, связанные в первую очередь не с получением прибыли, а с воздействием в нужном государству направлении на денежно-кредитную сферу [39].

Центральный банк выполняет многие операции, присущие банку коммерческому, но и *отличия* этих банков друг от друга весьма существенны. В основе таких отличий лежит то, что сферой деятельности центрального банка является макроуровень, где банк обслуживает общие потребности экономики, эмитируя наличные деньги. Принято выделять следующие отличия.

По целевой ориентации: если для коммерческого банка основной целью является именно получение прибыли, то центральный банк не мотивирован на это.

По типу собственности: капитал большей части центральных банков принадлежит государству (хотя бывают и акционерные центральные банки), коммерческий банк, как правило, создан в форме акционерного общества.

По численности и капитальной базе: в конкретной стране работает один национальный центральный банк, а коммерческих банков могут быть десятки и даже тысячи. В связи с таким многообразием коммерческие банки принято делить на большие, средние и малые кредитные учреждения. Делить центральные банки по объему капитала не приходится, так как в каждой отдельной стране центральный банк только один.

По направлениям деятельности: коммерческие банки, предоставляя определенный набор услуг, могут быть как

универсальными, так и специализированными. Центральный банк по своему статусу, делегированным ему полномочиям выступает универсальным денежно-кредитным учреждением, выполняющим широкий круг операций и услуг.

По отраслевой направленности: коммерческие банки могут сосредоточиться на обслуживании определенной отрасли хозяйства. В разных странах функционируют внешнеторговые, экспортно-импортные, промышленные, сельскохозяйственные, нефтяные, газовые, морские, авиационные и подобные им банки, главными клиентами которых выступают предприятия соответствующей отрасли экономики. Центральные банки, деятельность которых обеспечивает общие потребности экономики, не могут быть отраслевыми по своей природе.

В соответствии с характером своей деятельности центральные банки являются национальными учреждениями, обслуживающими экономические субъекты по всей территории страны. В контексте поставленных перед ними задач они вступают также в международные валютно-кредитные отношения. Коммерческие же банки могут подразделяться на региональные (местные), межрегиональные и международные.

По клиентам: клиентами как центральных, так и коммерческих банков являются юридические и физические лица. Принципиальное отличие, однако, состоит в том, что центральные банки не обслуживают непосредственно товаропроизводителей (за исключением случаев, когда в той или иной местности отсутствуют учреждения деловых банков). Клиентами центрального банка выступают коммерческие банки, обслуживающие конкретных агентов экономики, правительственные, военные и другие учреждения.

По законодательству: чаще всего деятельность центральных и коммерческих банков регулируется различными видами законодательства. Деятельность центрального банка — это область применения публичного права, деятельность коммерческого банка — область применения хозяйственного права, особых законов, регулирующих деятельность банков как коммерческих структур.

По характеру подчиненности (подотчетности): центральные банки как субъекты, представляющие государственную власть в денежной сфере, чаще всего подотчетны только законодательной власти (парламенту, Государственной Думе и др.), перед которой периодически отчитываются по результатам своей деятельности. Коммерческие банки подотчетны только своим акционерам, перед которыми на годовом собрании оглашают итоги своей работы за отчетный период.

По правовому обеспечению начала своей деятельности: начало деятельности центрального банка учреждается актом верховной государственной власти. Коммерческий же банк начинает деятельность с получения лицензии в центральном банке.

По назначению высшего руководства: поскольку центральный банк имеет общегосударственную значимость и большая часть его капитала комплектуется на государственной основе, руководитель центрального банка назначается и утверждается президентом и высшим законодательным органом страны. Руководитель коммерческого банка назначается его акционерами.

По надзору и контролю: контроль за работой центрального банка осуществляется на государственном уровне. В Российской Федерации, например, для проверки деятельности Банка России назначается аудиторская организация с высокой профессиональной репутацией. По

отдельным направлениям деятельности Банк России может проверяться Счетной палатой РФ. Надзор и контроль за работой коммерческих банков могут осуществлять либо специально уполномоченные правительственные учреждения, либо центральные банки (как это принято в России)[55, с. 15-17].

3.2 Центральные банки: особенности деятельности

Возникновение центральных банков определено необходимостью разрешения проблем, с которыми сталкивалось денежное обращение, как отдельных стран, так и межстрановое, кроме того, развивающиеся банковские системы требовали вмешательства и централизованного воздействия.

Особенности присущие центральному банку.

Центральный банк эмитирует деньги в наличной и безналичной формах и регулирует сферу их обращения, через эти процессы обеспечивает кругооборот ресурсов и продукции.

Центральные банки, используя инструментарий денежно-кредитной политики, формируют и решают, с различной степенью успешности, задачи влияния на экономическое развитие страны, проявляя себя в качестве экономического института. Наиболее наглядно это можно увидеть в периоды экономического спада.

Центральный банк, в том числе и за счет денежных средств одних коммерческих банков, находящихся у него на счетах, рефинансирует другие коммерческие банки, за определенную плату перераспределяет деньги, т.е. можно сказать, что он выступает как торговый институт.

Центральный банк выступает и в роли участника общественных отношений, рационально организовывая денежное обращение, не допуская развития инфляции,

создавая условия для сохранения покупательной способности денег и тем самым для социальной стабильности общества.

Рассмотрим теперь, чем отличаются центральные банки друг от друга. В основе таких различий лежит степень независимости центрального банка страны от органов власти при формировании денежно-кредитной политики. Все центральные банки мира имеют свое место в полярной модели, в которой одним полюсом является независимый от правительства центральный банк, при условии выполнения поставленных перед ним государством задач, другим — такой центральный банк, который является агентом правительства или министерства финансов, проводит заданную ему денежно-кредитную политику. При оценке степени независимости принято выделять объективные и субъективные факторы. К объективным факторам относят:

- степень участия государства в капитале центрального банка и его прибылях;
- законодательно отраженные цели и задачи центрального банка — чем более четко они прописаны, тем большая зависимость;
- законодательно отраженные права государства на вмешательство в формирование денежно-кредитной политики;
- возможности прямого и косвенного финансирования центральным банком государственных расходов;
- личная независимость руководящих лиц центрального банка и процедура их назначения и особенно отзыва.

Субъективные факторы формируются в ходе взаимоотношений центрального банка и правительства, они во многом зависят от личных, неформальных

отношений между руководителями.

Можно сформулировать *цели*, которые в разных странах ставятся перед каждым центральным банком, невзирая на форму взаимосвязи с органами власти страны. К ним относятся:

- защита и обеспечение устойчивости национальной денежной единицы и ее курса по отношению к иностранным валютам;
- обеспечение бесперебойного и эффективного осуществления расчетов;
- развитие и укрепление банковской системы страны.

Для достижения этих целей перед центральным банком ставятся основные *задачи*:

–осуществлять эмиссию денег в стране в количестве, достаточном для удовлетворения денежного обращения, но не приводящим к инфляции;

–быть банком банков, т.е. работать с коммерческими банками страны: устанавливать нормативы резервирования и хранить кассовые резервы банков, в качестве кредитора последней инстанции выдавать им кредиты, осуществлять надзор с целью наиболее эффективной организации деятельности банковской системы, определять процедуры допуска коммерческого банка на банковский рынок и отзыва лицензий;

–являться главным расчетным центром страны, играя роль посредника между коммерческими банками при выполнении безналичных расчетов;

–предоставлять государству помощь в реализации экономических программ, работать на фондовом рынке, в частности, по размещению государственных ценных бумаг, хранить официальные золотовалютные резервы;

–используя денежно-кредитную политику, регулировать экономику страны [28, с. 70].

Для решения вышеперечисленных задач центральный банк выполняет свои функции. В экономической литературе эти *функции* агрегируются и классифицируются в соответствии с их целевой направленностью. Причем одни авторы называют три функции, другие — четыре, третьи — пять [33, с. 351].

Комплекс, состоящий из пяти функций, состоит из:

–регулирующей функции, касающейся денежно-кредитного регулирования;

–надзорной и контрольной функции, имеющей отношение к деятельности кредитных организаций, валютному регулированию и валютному контролю, регулированию финансового рынка;

–информационно-аналитической функции, в ходе реализации которой центральный банк является научно-исследовательским,

информационно-статистическим центром;

–нормативно-творческой функции, включающей нормативное регулирование денежного обращения и банковской деятельности в стране;

–операционной функции, позволяющей центральному банку удовлетворять потребности экономических субъектов.

Большинство центральных банков различных стран мира выполняют примерно схожие функции, но в конкретной стране центральный банк при их выполнении сталкивается со своей спецификой.

2.3 Банк России

Статус, цели деятельности, функции и полномочия Банка России определены Конституцией РФ, Федеральным законом от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (далее —

Закон о Банке России) и другими федеральными законами [15; 3]. Так, взаимоотношения между Банком России и кредитными организациями регламентированы Законом о банках и банковской деятельности.

Прототипом Банка России в его современном виде можно считать Государственный банк РСФСР, созданный 13 июля 1990 г. на базе Российского республиканского банка Госбанка СССР. Государственный банк РСФСР был подотчетен Верховному Совету РСФСР. 2 декабря 1990 г. Верховный Совет РСФСР принял Федеральный закон № 394-1 «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)». Банк России был определен в качестве главного банка РСФСР, имел статус юридического лица и сохранял подотчетность Верховному Совету РСФСР. Законом были определены функции банка, касающиеся организации денежного обращения, денежно-кредитного регулирования, внешнеэкономической деятельности и регулирования деятельности акционерных и кооперативных банков [16]. В июне 1991 г. был утвержден Устав Центрального банка РСФСР (Банка России).

В ноябре 1991 г. в результате упразднения союзной структуры и образования Содружества Независимых Государств Верховный Совет РСФСР объявил Центральный банк РСФСР единственным на территории РСФСР органом государственного денежно-кредитного и валютного регулирования экономики республики. На него возлагались функции Госбанка СССР по эмиссии и определению курса рубля. Центральный банк РСФСР занял свое место в двухуровневой банковской системе, на нижнем уровне которой бурно развивалась широкая сеть коммерческих банков. До этого с 1930 г. банковская система СССР была одноуровневой. К 1 января 1992 г. Центральный банк РСФСР принял в свое полное хозяйственное ведение и управление

материально-техническую базу и иные ресурсы Госбанка СССР, сеть его учреждений, предприятий и организаций. С упразднением 20 декабря 1991 г. Госбанка СССР все его имущество было передано Центральному банку РСФСР (Банку России).

Банк России является юридическим лицом. Банк России имеет печать с изображением Государственного герба Российской Федерации и со своим наименованием.

Уставный капитал и иное имущество Банка России являются федеральной собственностью. В соответствии с целями и в порядке, установленном Федеральным законом от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ, Банк России осуществляет полномочия по владению, пользованию и распоряжению имуществом Банка России, включая золотовалютные резервы Банка России. Изъятие и обременение обязательствами указанного имущества без согласия Банка России не допускаются, если иное не предусмотрено федеральным законом.

Государство не отвечает по обязательствам Банка России, а Банк России - по обязательствам государства, если они не приняли на себя такие обязательства или если иное не предусмотрено федеральными законами.

Банк России осуществляет свои расходы за счет собственных доходов. Получение прибыли не является целью деятельности Банка России.

В соответствии со ст. 3 Закона о Банке России целями его деятельности являются:

- защита и обеспечение устойчивости рубля;
- развитие и укрепление банковской системы Российской Федерации;
- обеспечение стабильности и развитие национальной платежной системы;

- развитие финансового рынка Российской Федерации;
- обеспечение стабильности финансового рынка Российской Федерации.

Организационная структура Банка России включает иерархию подразделений. Особое место в иерархии занимает коллегиальный орган Банка России – *Национальный финансовый совет*. Он состоит из 12 членов, из них двое направляются Советом Федерации Федерального Собрания Российской Федерации из числа членов Совета Федерации, трое - Государственной Думой из числа депутатов Государственной Думы, трое - Президентом Российской Федерации, трое - Правительством Российской Федерации. В состав Национального финансового совета входит также Председатель Банка России. Круг вопросов, которыми ведает Национальный финансовый совет, включает:

1) рассмотрение годового отчета Банка России и ежегодного отчета о деятельности общества с ограниченной ответственностью «Управляющая компания Фонда консолидации банковского сектора;

2) утверждение на основе предложений Совета директоров на очередной год не позднее 15 декабря предшествующего года:

- общего объема расходов на содержание служащих Банка России;
- общего объема расходов на пенсионное обеспечение, страхование жизни и медицинское страхование служащих Банка России;
- общего объема капитальных вложений;
- общего объема прочих административно-хозяйственных расходов;

3) утверждение при необходимости на основе предложений Совета директоров дополнительных расходов на содержание служащих Банка России, дополнительных расходов на пенсионное обеспечение, страхование жизни и медицинское страхование служащих Банка России, дополнительных капитальных вложений, а также утверждение прочих дополнительных административно-хозяйственных расходов;

4) рассмотрение вопросов развития и совершенствования финансового рынка Российской Федерации, совершенствования банковской системы Российской Федерации;

5) рассмотрение проекта основных направлений единой государственной денежно-кредитной политики и основных направлений единой государственной денежно-кредитной политики;

6) решение вопросов, связанных с участием Банка России в капиталах кредитных организаций;

7) назначение главного аудитора Банка России и рассмотрение его докладов;

8) ежеквартальное рассмотрение информации Совета директоров по основным вопросам деятельности Банка России:

- реализации основных направлений единой государственной денежно-кредитной политики;

- банковского регулирования и банковского надзора, включая информацию о деятельности уполномоченных представителей, назначенных в кредитную организацию в случаях, предусмотренных статьей 76 86-ФЗ, регулирования, контроля и надзора за деятельностью некредитных финансовых организаций;

- реализации политики валютного регулирования и валютного контроля;
- обеспечения стабильности и развития национальной платежной системы;
- исполнения сметы расходов Банка России;
- подготовки проектов законодательных актов и иных нормативных актов в области развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка Российской Федерации;

9) определение аудиторской организации для проведения обязательного аудита годовой финансовой отчетности Банка России;

10) утверждение по предложению Совета директоров отраслевых стандартов бухгалтерского учета для Банка России, плана счетов бухгалтерского учета для Банка России и порядка его применения;

10.1) рассмотрение представленной Советом директоров политики по предотвращению, выявлению и управлению конфликтами интересов при осуществлении Банком России функций, предусмотренных федеральными законами, и дача рекомендаций по указанной политике;

11) внесение в Государственную Думу предложений о проведении проверки Счетной палатой Российской Федерации финансово-хозяйственной деятельности Банка России, его структурных подразделений и учреждений;

12) утверждение по предложению Совета директоров порядка формирования провизий Банка России и порядка распределения прибыли Банка России, остающейся в распоряжении Банка России;

13) утверждение по предложению Совета директоров отчета о расходах Банка России на содержание служащих Банка России, пенсионное обеспечение, страхование

жизни и медицинское страхование служащих Банка России, капитальные вложения и прочие административно-хозяйственные нужды;

14) дача согласия членам Совета директоров, а также гражданам в течение двух лет с даты прекращения их полномочий в качестве членов Совета директоров на занятие должностей в случаях, установленных ст. 90 86-ФЗ

15) дача согласия на назначение единоличного исполнительного органа оператора национальной системы платежных карт;

16) рассмотрение стратегии развития национальной системы платежных карт и дача рекомендаций по указанной стратегии;

17) рассмотрение проекта основных направлений развития финансового рынка Российской Федерации и дача рекомендаций по указанному проекту.

Члены Национального финансового совета, за исключением Председателя Банка России, не работают в Банке России на постоянной основе и не получают оплату за эту деятельность. Председатель Национального финансового совета избирается членами Национального финансового совета из их числа большинством голосов от общего числа членов Национального финансового совета.

Председатель Национального финансового совета осуществляет общее руководство его деятельностью, председательствует на его заседаниях, если Председатель Национального финансового совета отсутствует, его функции выполняет заместитель, избираемый из числа членов Национального финансового совета большинством голосов от общего числа членов Национального финансового совета. Решения Национального финансового совета принимаются большинством голосов от числа присутствующих членов Национального финансового совета при кворуме в семь человек.

При принятии Национальным финансовым советом решений мнение членов Национального финансового совета, оказавшихся в меньшинстве, заносится по их требованию в протокол заседания Национального финансового совета. В случае равенства голосов голос председательствующего на заседании Национального финансового совета является решающим.

Национальный финансовый совет заседает не реже одного раза в квартал. Заседания Национального финансового совета назначаются Председателем Национального финансового совета либо в случае отсутствия Председателя Национального финансового совета его заместителем, а также по требованию Председателя Банка России или не менее трех членов Национального финансового совета. Члены Национального финансового совета своевременно уведомляются о заседании Национального финансового совета.

Председатель Банка России назначается на должность Государственной Думой сроком на пять лет большинством голосов от общего числа депутатов Государственной Думы. Его кандидатуру для назначения на должность представляет Президент Российской Федерации не позднее, чем за три месяца до истечения полномочий действующего Председателя Банка России.

В случае досрочного освобождения от должности Председателя Банка России Президент РФ представляет кандидатуру на эту должность в двухнедельный срок со дня указанного освобождения.

В случае отклонения предложенной на должность Председателя Банка России кандидатуры Президент Российской Федерации в течение двух недель вносит новую кандидатуру. Одна и та же кандидатура не может вноситься более двух раз.

Одно и то же лицо не может занимать должность Председателя Банка России более трех сроков подряд.

Государственная Дума вправе освободить от должности Председателя Банка России по представлению Президента Российской Федерации. Случаи, в которых Председатель Банка России может быть освобожден от должности, включают:

- истечение срока полномочий;
- невозможность исполнения служебных обязанностей, подтвержденная заключением государственной медицинской комиссии;
- подачу личного заявления об отставке;
- совершение уголовно наказуемого деяния, установленного вступившим в законную силу приговором суда;
- нарушение федеральных законов, регулирующих вопросы, связанные с деятельностью Банка России;
- непринятие мер по предотвращению или урегулированию конфликта интересов, стороной которого он является, непредставления или представления неполных или недостоверных сведений о своих доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера либо непредставления или представления заведомо неполных или недостоверных сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера своих супруги (супруга) и несовершеннолетних детей в случаях, предусмотренных ФЗ от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» [11] и ФЗ «О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам» [6], несоответствия его расходов, расходов его супруги (супруга) и несовершеннолетних детей их общему доходу, открытия (наличия) счетов (вкладов), хранения наличных денежных средств и ценностей в иностранных банках,

расположенных за пределами территории Российской Федерации, владения и (или) пользования иностранными финансовыми инструментами им, его супругой (супругом) и (или) несовершеннолетними детьми.

Функциональные обязанности Председателя Банка России следующие:

1) действует от имени Банка России и представляет без доверенности его интересы в отношениях с органами государственной власти, кредитными организациями, организациями иностранных государств, международными организациями, другими учреждениями и организациями;

2) председательствует на заседаниях Совета директоров. В случае равенства голосов голос Председателя Банка России является решающим;

3) подписывает нормативные акты Банка России, решения Совета директоров, протоколы заседаний Совета директоров, соглашения, заключаемые Банком России, и вправе делегировать право подписания нормативных актов Банка России лицу, его замещающему, из числа членов Совета директоров;

4) назначает на должность и освобождает от должности заместителей Председателя Банка России, распределяет между ними обязанности;

5) вправе делегировать свои полномочия своим заместителям;

5.1) представляет Совету директоров согласованные с Президентом Российской Федерации предложения о назначении на должность главного финансового уполномоченного;

5.2) представляет Совету директоров предложения об освобождении от должности главного финансового уполномоченного;

5.3) по предложению главного финансового уполномоченного назначает на должность и освобождает

от должности руководителя службы обеспечения деятельности финансового уполномоченного;

6) подписывает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми служащими и организациями Банка России;

7) несет всю полноту ответственности за деятельность Банка России;

8) обеспечивает реализацию функций Банка России в соответствии с настоящим Федеральным законом и принимает решения по всем вопросам, отнесенным федеральными законами к ведению Банка России, за исключением тех, по которым в соответствии с настоящим Федеральным законом решения принимаются Национальным финансовым советом или Советом директоров;

9) не вправе входить в состав органов управления, попечительских или наблюдательных советов, иных органов иностранных некоммерческих неправительственных организаций и действующих на территории Российской Федерации их структурных подразделений, за исключением случаев, предусмотренных международным договором Российской Федерации, законодательством Российской Федерации, межбанковским соглашением или соглашением с иностранным регулятором финансового рынка, или случаев участия Банка России в капиталах и деятельности организаций в соответствии со статьями 8 и 9 86-ФЗ.

10) не вправе совмещать свою основную деятельность с иной оплачиваемой деятельностью, кроме преподавательской, научной и иной творческой деятельности. При этом преподавательская, научная и иная творческая деятельность не может финансироваться исключительно за счет средств иностранных государств, международных и иностранных организаций, иностранных

граждан и лиц без гражданства, если иное не предусмотрено международным договором Российской Федерации, законодательством Российской Федерации или межбанковским соглашением;

11) обязан сообщать в порядке, предусмотренном указами Президента Российской Федерации, о возникновении личной заинтересованности при исполнении должностных обязанностей, которая приводит или может привести к конфликту интересов, а также принимать меры по предотвращению или урегулированию такого конфликта.

В *Совет директоров* входят Председатель Банка России и 14 членов Совета директоров. Члены Совета директоров работают на постоянной основе в Банке России. Назначает их Государственная Дума на должность сроком на пять лет по представлению Председателя Банка России, согласованному с Президентом Российской Федерации. Совет директоров заседает не реже одного раза в месяц. Заседания Совета директоров назначаются Председателем Банка России либо лицом, его замещающим, или по требованию не менее четырех членов Совета директоров.

Функции Совета директоров следующие:

1) во взаимодействии с Правительством Российской Федерации разрабатывает проект основных направлений единой государственной денежно-кредитной политики и основные направления единой государственной денежно-кредитной политики и представляет эти документы для рассмотрения в Национальный финансовый совет, а также Президенту Российской Федерации, в Правительство Российской Федерации и Государственную Думу в соответствии со статьей 45 86-ФЗ, обеспечивает выполнение основных направлений денежно-кредитной политики;

1.1) рассматривает вопросы развития финансового рынка Российской Федерации;

1.2) во взаимодействии с Правительством Российской Федерации разрабатывает проект основных направлений развития финансового рынка Российской Федерации на очередной год и на плановый период, равный двум годам, следующим за очередным годом, представляет его для рассмотрения в Национальный финансовый совет, а также Президенту Российской Федерации, в Правительство Российской Федерации и Государственную Думу в соответствии со 45 86-ФЗ настоящего Федерального закона, обеспечивает выполнение основных направлений развития финансового рынка Российской Федерации;

2) утверждает годовую финансовую отчетность Банка России, рассматривает аудиторское заключение по годовой финансовой отчетности Банка России и заключение Счетной палаты Российской Федерации по результатам проверки счетов и операций Банка России, на которые распространяется действие Закона Российской Федерации «О государственной тайне», и представляет указанные материалы в составе годового отчета Банка России в Национальный финансовый совет и Государственную Думу;

3) утверждает отчет о деятельности Банка России, готовит анализ состояния экономики Российской Федерации в соответствии со 25 86-ФЗ и представляет указанные материалы в составе годового отчета Банка России в Национальный финансовый совет до представления в Государственную Думу;

3.1) утверждает ежегодный отчет о деятельности Управляющей компании, включающий оценку эффективности ее деятельности, и представляет его вместе с годовым отчетом Банка России в Национальный финансовый совет;

4) рассматривает и представляет в Национальный финансовый совет на утверждение на очередной год с расчетами и обоснованиями не позднее 1 декабря предшествующего года:

- общий объем расходов на содержание служащих Банка России;
- общий объем расходов на пенсионное обеспечение, страхование жизни и медицинское страхование служащих Банка России;
- общий объем капитальных вложений Банка России;
- общий объем прочих административно-хозяйственных расходов Банка России;

5) рассматривает и представляет в Национальный финансовый совет при необходимости на утверждение на очередной год с расчетами и обоснованиями предложения по дополнительным расходам;

6) утверждает смету расходов Банка России, исходя из утвержденных Национальным финансовым советом общих объемов расходов Банка России, не позднее 31 декабря предшествующего года;

7) при необходимости утверждает смету дополнительных расходов Банка России после утверждения Национальным финансовым советом дополнительных объемов расходов Банка России, перечисленных в пункте 3 статьи 13 86-ФЗ;

8) устанавливает формы и размеры оплаты труда Председателя Банка России, членов Совета директоров, заместителей Председателя Банка России и других служащих Банка России;

9) принимает решения:

- о создании, реорганизации и ликвидации организаций Банка России;

- об установлении обязательных нормативов для кредитных организаций и банковских групп, а также некредитных финансовых организаций;
- о размере обязательных резервных требований;
- об изменении процентных ставок Банка России;
- об определении лимитов операций на открытом рынке;
- об участии в международных организациях;
- об участии (о членстве) Банка России в капиталах организаций (организациях), обеспечивающих деятельность Банка России, его учреждений, организаций и служащих;
- о купле и продаже недвижимости для обеспечения деятельности Банка России и его организаций (дает разрешения на цену и иные условия заключения сделки);
- о применении прямых количественных ограничений;
- о выпуске банкнот и монеты Банка России нового образца, об изъятии из обращения банкнот и монеты Банка России старого образца;
- о порядке формирования резервов кредитными организациями;
- об осуществлении выплат Банка России по вкладам физических лиц в признанных банкротами банках, не участвующих в системе обязательного страхования вкладов в банках Российской Федерации, в случаях и порядке, которые предусмотрены федеральным законом;
- о размещении облигаций Банка России;
- о составе, порядке и сроках раскрытия информации по сделкам, совершенным Банком России с ценными бумагами на организованных торгах;
- об осуществлении операций и сделок, предусмотренных статьями Соглашения Международного

валютного фонда и договорами с Международным валютным фондом;

– о предоставлении государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов» кредита без обеспечения на срок до пяти лет на цели пополнения фонда обязательного страхования вкладов и осуществления мероприятий по предупреждению банкротства банков;

– о размерах надбавок к коэффициентам риска, применяемых Банком России в качестве меры, направленной на снижение угроз финансовой стабильности Российской Федерации, по отдельным видам активов, а также о значениях характеристик видов активов, к которым устанавливаются надбавки к коэффициентам риска;

– о предоставлении Управляющей компании кредита без обеспечения на срок до пяти лет на цели приобретения в случаях, установленных настоящим Федеральным законом, активов страховых организаций и негосударственных пенсионных фондов, в отношении которых осуществляются меры по предупреждению банкротства;

– об участии Банка России в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка, страховой организации или негосударственного пенсионного фонда и утверждении плана участия Банка России в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка, страховой организации или негосударственного пенсионного фонда в соответствии с Федеральным законом от 26 октября 2002 года № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»;

10) вносит в Государственную Думу предложения об изменении величины уставного капитала Банка России;

11) утверждает порядок работы Совета директоров;

12) представляет в Национальный финансовый совет для назначения кандидатуру главного аудитора Банка России;

13) утверждает структуру Банка России, положения о структурных подразделениях и учреждениях Банка России, уставы организаций Банка России, порядок назначения руководителей структурных подразделений и организаций Банка России, положение об организации охраны объектов Банка России и перечень охраняемых объектов Банка России;

14) определяет в соответствии с федеральными законами условия допуска иностранного капитала в банковскую систему Российской Федерации;

15) утверждает перечень должностей служащих Банка России;

16) устанавливает правила проведения банковских операций для банковской системы Российской Федерации;

16.1) утверждает отраслевые стандарты бухгалтерского учета для кредитных организаций и некредитных финансовых организаций, план счетов бухгалтерского учета для кредитных организаций и порядок его применения;

16.2) утверждает план счетов бухгалтерского учета для некредитных финансовых организаций и порядок его применения;

17) готовит и представляет в Национальный финансовый совет на утверждение:

– предложения по отраслевым стандартам бухгалтерского учета для Банка России и плану счетов бухгалтерского учета для Банка России и порядку его применения;

– предложения по порядку формирования провизий Банка России и

порядку распределения прибыли Банка России, остающейся в распоряжении Банка России;

– отчет о расходах Банка России на содержание служащих Банка России, пенсионное обеспечение, страхование жизни и медицинское страхование служащих Банка России, капитальные вложения и прочие административно-хозяйственные нужды;

17.1) утверждает решение о выпуске (дополнительном выпуске) облигаций Банка России;

17.2) представляет в Национальный финансовый совет ежеквартально информацию об объемах кредитов, выданных служащим Банка России, и о процентных ставках по данным кредитам;

17.4) утверждает порядок признания финансового положения банка соответствующим критериям для уплаты повышенной дополнительной ставки страховых взносов в фонд обязательного страхования вкладов;

17.5) устанавливает перечни кредитных рейтинговых агентств и осуществляющих в соответствии со своим личным законом рейтинговую деятельность иностранных кредитных рейтинговых агентств, кредитные рейтинги которых используются при реализации Банком России своих полномочий, а также необходимые уровни соответствующих кредитных рейтингов, особенности их применения;

17.6) утверждает положение о комиссии Банка России по рассмотрению жалобы негосударственного пенсионного фонда;

17.7) назначает на должность и освобождает от должности уполномоченного по правам потребителей финансовых услуг в порядке, установленном Федеральным законом «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг»;

17.8) определяет размер имущественных взносов Банка России - учредителя службы обеспечения деятельности финансового уполномоченного;

17.9) определяет тарифы на услуги в платежной системе Банка России;

17.10) определяет максимальные значения размера платы, взимаемой кредитными организациями со своих клиентов за осуществление переводов денежных средств и предоставление иных услуг в рамках платежной системы Банка России, а также в рамках иных платежных систем;

17.11) при необходимости определяет максимальные значения размера платы, взимаемой кредитными организациями со своих клиентов по заключаемым в соответствии с Федеральным законом «О национальной платежной системе»[9] договорам о приеме электронных средств платежа за осуществление переводов денежных средств с использованием платежных карт;

17.12) определяет максимальный размер процентной ставки по займам, предоставляемым кредитными потребительскими кооперативами, сельскохозяйственными кредитными потребительскими кооперативами физическим лицам в целях, не связанных с осуществлением ими предпринимательской деятельности, и обязательства заемщиков по которым обеспечены ипотекой;

17.13) утверждает стратегию повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации;

17.14) при необходимости определяет максимальные значения размеров вознаграждений, устанавливаемых операторами платежных систем и уплачиваемых кредитными организациями в рамках платежных систем за осуществление переводов денежных средств с использованием платежных карт;

18) выполняет иные функции, отнесенные настоящим Федеральным законом к ведению Совета директоров.

Решения Совета директоров по вопросам изменения процентных ставок, размера обязательных резервных требований, размеров обязательных нормативов для кредитных организаций и банковских групп и некредитных финансовых организаций, прямых количественных ограничений, надбавок к коэффициентам риска, значений характеристик видов активов, к которым устанавливаются надбавки к коэффициентам риска, участия (членства) Банка России в капиталах организаций (организациях), обеспечивающих деятельность Банка России, его организаций и служащих, выпуска банкнот и монеты Банка России нового образца, изъятия из обращения банкнот и монеты Банка России старого образца, порядка формирования резервов кредитными организациями и некредитными финансовыми организациями, определения тарифов на услуги в платежной системе Банка России, определения максимальных значений размера платы, взимаемой кредитными организациями со своих клиентов за осуществление переводов денежных средств и предоставление иных услуг в рамках платежной системы Банка России, а также в рамках иных платежных систем, определения максимальных значений размера платы, взимаемой кредитными организациями со своих клиентов по заключаемым в соответствии с Федеральным законом «О национальной платежной системе» договорам о приеме электронных средств платежа за осуществление переводов денежных средств с использованием платежных карт, определения максимальных значений размеров вознаграждений, устанавливаемых операторами платежных систем и уплачиваемых кредитными организациями в рамках платежных систем за

осуществление переводов денежных средств с использованием платежных карт, определения максимального размера процентной ставки по займам, которые предоставляются кредитными потребительскими кооперативами, сельскохозяйственными кредитными потребительскими кооперативами физическим лицам в целях, не связанных с осуществлением ими предпринимательской деятельности, и обязательства заемщиков по которым обеспечены ипотекой, подлежат обязательному официальному опубликованию в порядке, предусмотренном частью 3 статьи 7 86-ФЗ, в течение 10 дней со дня принятия этих решений.

Банк России представляет собой единую централизованную систему с вертикальной структурой управления. Структура Банка России включает следующие подразделения: центральный аппарат, территориальные учреждения, расчетно-кассовые центры, вычислительные центры, полевые учреждения, образовательные и другие организации, в том числе подразделения безопасности и Российское объединение инкассации, которые необходимы для осуществления деятельности Банка России.

Центральный аппарат Банка России осуществляет выполнение возложенных на Банк России функций. Каждое подразделение занимается своим делом, в то же время все департаменты тесно взаимодействуют друг с другом.

Территориальные учреждения — это обособленные подразделения Банка России, выполняющие часть его функций на территории субъектов РФ. Территориальные учреждения Банка России не являются юридическими лицами, не имеют права принимать решения нормативного характера и выдавать без разрешения Совета директоров Банка России банковские гарантии и поручительства, вексельные и другие обязательства. К территориальным учреждениям относятся главные управления ЦБ РФ,

отделения Банка России, отделения и отделения - национальные банки главных управлений Банка России, кроме отделений Главного управления ЦБ РФ по Центральному федеральному округу г. Москва, расположенных в городе Москве.

По решению Совета директоров территориальные учреждения Банка России могут создаваться в регионах, объединяющих территории нескольких субъектов Российской Федерации. Их деятельность регламентируется Положением Банка России от 11 апреля 2016 г. № 538-П «Положение о территориальных учреждениях Банка России»[18].

Полевые учреждения Банка России имеют особое положение. Являясь составной частью Банка России, они выполняют банковские операции в соответствии с банковским законодательством, но также они являются воинскими учреждениями и в этом качестве действуют на основании воинских уставов и положения о полевых учреждениях ЦБ, утверждаемого совместно Банком России и Министерством обороны РФ. Самостоятельными юридическими лицами они не являются и работают по доверенностям Банка России. Система полевых учреждений служит для того, чтобы сделать расчеты Минобороны России независимыми от системы коммерческих банков, а также для сохранения государственной тайны. Полевые учреждения Банка России осуществляют кассовое обслуживание организаций, расположенных на территории дислокации полевых учреждений Банка России.

Российское объединение инкассации (РОСИНКАС) — самая крупная инкассаторская организация в России. Она была создана еще в 1988 г. как Российское республиканское управление инкассации Государственного банка РСФСР. Современное название

организация получила в 1992 г., когда Банк России утвердил ее новый устав: Российское объединение инкассации по закону является самостоятельным юридическим лицом, специализирующимся на перевозке ценностей.

2.4 Функции Банка России

В соответствии со ст. 4 Закона о Банке России центральный банк нашей страны осуществляет следующие функции:

1) во взаимодействии с Правительством Российской Федерации разрабатывает и проводит единую государственную денежно-кредитную политику;

1.1) во взаимодействии с Правительством Российской Федерации разрабатывает и проводит политику развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка Российской Федерации;

2) монопольно осуществляет эмиссию наличных денег и организует наличное денежное обращение;

2.1) утверждает графическое обозначение рубля в виде знака;

3) является кредитором последней инстанции для кредитных организаций, организует систему их рефинансирования;

4) устанавливает правила осуществления расчетов в Российской Федерации;

4.1) осуществляет надзор и наблюдение в национальной платежной системе;

5) устанавливает правила проведения банковских операций;

6) осуществляет эффективное управление золотовалютными резервами Банка России;

7) принимает решение о государственной регистрации кредитных организаций, выдает кредитным организациям лицензии на осуществление банковских операций, приостанавливает их действие и отзывает их;

7.1) принимает решения о государственной регистрации негосударственных пенсионных фондов;

8) осуществляет надзор за деятельностью кредитных организаций и банковских групп (далее – банковский надзор);

8.1) осуществляет регулирование, контроль и надзор за деятельностью некредитных финансовых организаций в соответствии с федеральными законами;

9) осуществляет регистрацию выпусков эмиссионных ценных бумаг и проспектов ценных бумаг, регистрацию отчетов об итогах выпусков эмиссионных ценных бумаг;

9.1) осуществляет контроль и надзор за соблюдением эмитентами требований законодательства Российской Федерации об акционерных обществах и ценных бумагах;

9.2) осуществляет регулирование, контроль и надзор в сфере корпоративных отношений в акционерных обществах;

10) осуществляет самостоятельно или по поручению Правительства Российской Федерации все виды банковских операций и иных сделок, необходимых для выполнения функций Банка России;

11) организует и осуществляет валютное регулирование и валютный контроль в соответствии с законодательством Российской Федерации;

12) определяет порядок осуществления расчетов с международными организациями, иностранными государствами, а также с юридическими и физическими лицами;

13) утверждает отраслевые стандарты бухгалтерского учета для кредитных организаций, Банка России и

некредитных финансовых организаций, план счетов бухгалтерского учета для кредитных организаций и порядок его применения, план счетов для Банка России и порядок его применения;

13.1) утверждает план счетов бухгалтерского учета для некредитных финансовых организаций и порядок его применения;

14) устанавливает и публикует официальные курсы иностранных валют по отношению к рублю;

15) принимает участие в разработке прогноза платежного баланса Российской Федерации;

15.1) принимает участие в разработке методологии составления финансового счета Российской Федерации в системе национальных счетов и организует составление финансового счета Российской Федерации;

15.2) организует составление платежного баланса Российской Федерации, международной инвестиционной позиции Российской Федерации, статистики внешней торговли Российской Федерации услугами, внешнего долга Российской Федерации, международных резервов Российской Федерации, прямых инвестиций в Российскую Федерацию и прямых инвестиций из Российской Федерации за рубеж;

15.3) для составления платежного баланса Российской Федерации, международной инвестиционной позиции Российской Федерации, статистики внешней торговли Российской Федерации услугами, внешнего долга Российской Федерации, международных резервов Российской Федерации, прямых инвестиций в Российскую Федерацию и прямых инвестиций из Российской Федерации за рубеж самостоятельно формирует и утверждает статистическую методологию, перечень респондентов, формы федерального статистического наблюдения и порядок составления и предоставления

респондентами первичных статистических данных по этим формам;

16) проводит анализ и прогнозирование состояния экономики Российской Федерации, публикует соответствующие материалы и статистические данные;

16.1) осуществляет выплаты Банка России по вкладам физических лиц в признанных банкротами банках, не участвующих в системе обязательного страхования вкладов в банках Российской Федерации, в случаях и порядке, которые предусмотрены федеральным законом;

16.2) является депозитарием средств Международного валютного фонда в валюте Российской Федерации, осуществляет операции и сделки, предусмотренные статьями Соглашения Международного валютного фонда и договорами с Международным валютным фондом;

16.3) осуществляет контроль за соблюдением требований законодательства Российской Федерации о противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком;

16.4) осуществляет защиту прав и законных интересов акционеров и инвесторов на финансовых рынках, страхователей, застрахованных лиц и выгодоприобретателей, признаваемых таковыми в соответствии со страховым законодательством, а также застрахованных лиц по обязательному пенсионному страхованию, вкладчиков и участников негосударственного пенсионного фонда по негосударственному пенсионному обеспечению;

16.5) организывает оказание услуг по передаче электронных сообщений по финансовым операциям (далее - финансовые сообщения);

16.6) во взаимодействии с Правительством Российской Федерации реализует мероприятия по повышению уровня

финансовой грамотности населения и субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации;

16.7) во взаимодействии с Правительством Российской Федерации разрабатывает и проводит политику по обеспечению доступности финансовых услуг для населения и субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации;

17) осуществляет иные функции в соответствии с федеральными законами.

2.5 Операции Банка России

В Законе о Банке России перечислены следующие операции и сделки, которые осуществляет Банк России:

1) предоставлять кредиты под обеспечение ценными бумагами и другими активами;

1.1) предоставлять кредиты без обеспечения на срок не более одного года российским кредитным организациям, имеющим кредитный рейтинг не ниже установленного уровня. Перечень кредитных рейтинговых агентств и осуществляющих в соответствии со своим личным законом рейтинговую деятельность иностранных кредитных рейтинговых агентств, кредитные рейтинги которых применяются для определения кредитоспособности получателей кредитов, и необходимых минимальных уровней соответствующих кредитных рейтингов, дополнительные требования к получателям кредитов, а также порядок и условия предоставления соответствующих кредитов устанавливаются Советом директоров;

2) покупать и продавать ценные бумаги на открытом рынке, а также продавать ценные бумаги, выступающие обеспечением кредитов Банка России;

3) покупать и продавать облигации, эмитированные Банком России, и депозитные сертификаты;

4) покупать и продавать иностранную валюту, а также платежные документы и обязательства, номинированные в иностранной валюте, выставленные российскими и иностранными кредитными организациями;

5) покупать, хранить, продавать драгоценные металлы и иные виды валютных ценностей;

6) проводить расчетные, кассовые и депозитные операции, принимать на хранение и в управление ценные бумаги и другие активы;

7) выдавать поручительства и банковские гарантии;

8) осуществлять операции с финансовыми инструментами, используемыми для управления финансовыми рисками;

9) открывать счета в российских и иностранных кредитных организациях на территории Российской Федерации и территориях иностранных государств;

10) выставять чеки и векселя в любой валюте;

11) осуществлять другие банковские операции и сделки от своего имени в соответствии с обычаями делового оборота, принятыми в международной банковской практике.

Банк России вправе осуществлять банковские операции и сделки на комиссионной основе, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами.

Банк России вправе осуществлять банковские операции и иные сделки с международными организациями, иностранными центральными (национальными) банками и иными иностранными юридическими лицами при осуществлении деятельности по управлению активами Банка России в иностранной валюте и драгоценных металлах, включая золотовалютные

резервы Банка России. Банк России также вправе открывать и вести корреспондентские счета иностранных центральных (национальных) банков в российских рублях, осуществлять переводы денежных средств по поручениям иностранных центральных (национальных) банков по их счетам.

Банк России имеет право передавать российским и иностранным кредитным организациям, а также организации, изготавливающей банкноты и монету Банка России, банкноты в сувенирной упаковке и монету Банка России по ценам, отличающимся от нарицательной стоимости, которые определяет Банк России.

Для обеспечения финансовой устойчивости системы страхования вкладов, финансирования выплат возмещений по вкладам, осуществления мероприятий по предупреждению банкротства банков или урегулированию обязательств банков и в иных целях Банк России вправе по решению Совета директоров предоставлять государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов» кредиты без обеспечения на срок до пяти лет. Совет директоров Банка России может принять решение о продлении на срок до пяти лет кредита без обеспечения, предоставленного государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов».

В целях поддержания стабильности банковской системы и защиты законных интересов вкладчиков и кредиторов Банк России на основании решения Совета директоров вправе предоставлять субординированные кредиты (депозиты, займы, облигационные займы) открытому акционерному обществу «Сбербанк России», соответствующие требованиям статьи 25.1 Федерального закона «О банках и банковской деятельности», в размере, не превышающем размера собственных средств (капитала) Сбербанка России на 1 января 2015 года, размер

процентной ставки по которым определяется в соответствии с пунктом 5 части 1 статьи 3 Федерального закона «О внесении изменений в статью 11 Федерального закона «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» и статью 46 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

Банк России в целях предупреждения возникновения ситуаций, угрожающих финансовой стабильности Российской Федерации, вправе:

1) заключать с кредитными организациями соглашения, в соответствии с которыми Банк России обязуется компенсировать таким кредитным организациям часть убытков (расходов), возникших у них по сделкам с другими кредитными организациями, у которых была отозвана лицензия на осуществление банковских операций;

2) заключать с лицами, осуществляющими функции центрального контрагента (кредитными организациями, некредитными финансовыми организациями), соглашения, в соответствии с которыми Банк России обязуется компенсировать таким лицам часть убытков (расходов), возникших у них по сделкам с участниками клиринга, у которых была отозвана (аннулирована) лицензия на осуществление соответствующего вида деятельности.

Условия соглашений о компенсации части убытков (расходов), период, в течение которого заключаются такие соглашения, круг кредитных организаций и лиц, осуществляющих функции центрального контрагента, с которыми заключаются такие соглашения, и критерии их отбора определяются Советом директоров. Информация об условиях соглашений о компенсации части убытков (расходов), о периоде, в течение которого заключаются такие соглашения, круге кредитных организаций и лиц,

осуществляющих функции центрального контрагента, с которыми заключаются такие соглашения, критериях их отбора и типовая форма соглашения публикуются в «Вестнике Банка России».

Для приобретения активов страховых организаций и негосударственных пенсионных фондов, в отношении которых осуществляются меры по предупреждению банкротства, Банк России вправе по решению Совета директоров предоставлять Управляющей компании кредиты без обеспечения на срок до пяти лет. Совет директоров Банка России может принять решение о продлении на срок до пяти лет кредита без обеспечения, предоставленного Управляющей компании.

2.6 Банковское регулирование и банковский надзор

Центральные банки развитых стран осуществляют функции регулирования и надзора. Одной из основных целей Банка России также является регулирование банковской системы. *Банковское регулирование* — это регулирование банковской деятельности посредством установления законодательных норм и требований к кредитным институтам. Установление определенных требований порождает необходимость существования системы мер, призванных обеспечивать их соблюдение. Такой системой мер является банковский надзор.

Банковский надзор представляет собой систему, призванную наблюдать за исполнением и соблюдением кредитными организациями законодательства, регулирующего банковскую деятельность, установленных им нормативных актов, в том числе финансовых нормативов и правил бухгалтерского учета и отчетности. *Предметом банковского надзора* является соблюдение кредитными организациями и банковскими группами

банковского законодательства, нормативных актов Банка России, установленных ими обязательных нормативов.

Главными *целями банковского регулирования и банковского надзора* являются поддержание стабильности банковской системы РФ, защита интересов вкладчиков и кредиторов. Банк России не вмешивается в оперативную деятельность кредитных организаций, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами. Для достижения этих целей создан Комитет банковского надзора Банка России, он является действующим на постоянной основе органом, через который Банк России осуществляет регулирующие и надзорные функции. Его деятельность и структура регламентируется Положением о Комитете банковского надзора Банка России (утв. Советом директоров Банка России от 29 марта 2018г. протокол N КБН-2018)[17].

Деятельность Банка России в сфере банковского надзора разнообразна, осуществляется через Комитет банковского надзора и включает в себя следующие основные направления:

- 1) проводит обсуждения, в том числе по поручению Совета директоров Банка России, Председателя Банка России, по предложению структурных подразделений Банка России, руководители которых входят в состав Комитета, иных структурных подразделений Банка России и территориальных учреждений Банка России;

- 2) подготавливает по поручению Председателя Банка России необходимую информацию Национальному финансовому совету Банка России по вопросам, входящим в его компетенцию;

- 3) готовит предложения Совету директоров Банка России и Председателю Банка России;

- 4) принимает решения по вопросам:

- государственной регистрации кредитных организаций при их создании;
- выдачи лицензий на привлечение во вклады денежных средств физических лиц банкам, ранее не имевшим такого права;
- вынесения заключения о соответствии банков требованиям к участию в системе страхования вкладов, а также введения запрета на привлечение во вклады денежных средств физических лиц и открытие банковских счетов физических лиц в соответствии с частью 3 статьи 48 Федерального закона «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации»[12];
- назначения временной администрации по управлению кредитной организацией;
- аннулирования и отзыва у кредитных организаций лицензий на осуществление банковских операций;
- выдачи кредитным организациям разрешений на создание на территории иностранного государства филиалов и дочерних организаций;
- оценки качества управления кредитных организаций, осуществляющих функции центрального контрагента;
- утверждения перечня системно значимых кредитных организаций, определяемых в соответствии с нормативным актом Банка России;
- утверждения плана мер по финансовому оздоровлению кредитных организаций и принятия иных решений, предусмотренных статьей 189.22 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)»[10];
- направления в государственную корпорацию «Агентство по страхованию вкладов» предложения об участии Агентства в осуществлении мер по

предупреждению банкротства или урегулировании обязательств банка;

– утверждения или отказа в утверждении плана участия Агентства в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка (изменений в план участия Агентства в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка), а в случае, если план участия Агентства в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка предусматривает использование средств Банка России, - направления плана участия Агентства в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка (изменений в план участия Агентства в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка) на утверждение Советом директоров Банка России (после его утверждения Комитетом);

– направления предложения в Совет директоров Банка России об утверждении плана участия Банка России в осуществлении мер по предупреждению банкротства банка;

– согласования плана участия Агентства в урегулировании обязательств банка при принятии решения об отзыве лицензии на осуществление банковских операций;

– рассмотрения и одобрения плана участия Банка России в урегулировании обязательств банка, направления предложения в Совет директоров Банка России об утверждении плана участия Банка России в урегулировании обязательств банка (после его одобрения Комитетом);

– согласования или отказа в согласовании предложения конкурсного управляющего кредитной организации, функции которого осуществляет Агентство, об осуществлении передачи имущества (активов) и

обязательств кредитной организации или их части приобретателю (приобретателям) и согласования или отказа в согласовании приобретателя (приобретателей) имущества (активов) и обязательств кредитной организации;

- уменьшения размера уставного капитала банка до величины собственных средств (капитала) или до одного рубля;

- введения моратория на удовлетворение требований кредиторов кредитной организации, предусмотренного статьей 189.38 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)»;

- признания лица лицом, связанным с кредитной организацией (входящим в группу связанных с кредитной организацией лиц) на основании мотивированного суждения;

- выдачи разрешения на применение банковских методик управления кредитными рисками и моделей количественной оценки кредитных рисков, используемых для определения величины кредитного риска на основе внутренних рейтингов (ПВР) в целях расчета нормативов достаточности капитала или об отказе в выдаче указанного разрешения;

- осуществления Банком России банковского надзора - по предложению председателя Комитета, в том числе по вопросам применения, отмены (изменения) мер к кредитным организациям, головным кредитным организациям банковских групп, учредителям (участникам) кредитных организаций;

- иным вопросам, отнесенным к компетенции Комитета федеральными законами и нормативными актами Банка России;

5) рассматривает проекты нормативных актов Банка России, введение которых может повлиять на достижение

целей банковского регулирования и банковского надзора, установленных законодательством Российской Федерации, и (или) на выполнение Банком России функций органа банковского регулирования и банковского надзора;

6) заслушивает при необходимости на заседаниях Комитета руководителей (представителей) структурных подразделений Банка России, не входящих в состав Комитета, а также руководителей (представителей) территориальных учреждений Банка России;

7) координирует деятельность структурных подразделений Банка России по вопросам, отнесенным к компетенции Комитета;

8) рассматривает предложения заинтересованных структурных подразделений Банка России по определению экономического содержания, принципов признания, оценки и финансового результата банковских операций и иных сделок кредитных организаций, принимает по этим вопросам рекомендации и представляет их на утверждение Совета директоров Банка России.

Система банковского надзора включает следующие *элементы*:

– субъекты надзора, к которым относятся осуществляющий надзор орган и поднадзорная кредитная организация или банковская группа;

– объекты (предмет) надзора, в том числе: процессы вступления (выхода) кредитных организаций в банковскую среду, текущая деятельность и ее управление, состояние учета и отчетности кредитных организаций;

– методы надзора, которые бывают контактными, изучающими кредитную организацию на месте, и бесконтактными,

предполагающими внешнее наблюдение;

- механизм надзора, т.е. совокупность действий надзорного органа, можно рассматривать с точки зрения направлений надзорной деятельности и с точки зрения содержания таковой;

- инструменты надзора, определяемые согласно направлению надзорной деятельности;

- правовая основа надзора, которая связывает систему банковского надзора в единое целое.

Правовую основу банковского регулирования и банковского надзора в Российской Федерации составляют:

- Конституция РФ;

- Закон о Банке России[15];

- Закон о банках и банковской деятельности[2];

- Закон «О несостоятельности (банкротстве)»[10];

- Закон о кредитных историях[7];

- Закон о страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации[12];

- Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»[4].

В сфере банковского регулирования и банковского надзора особую важность получают нормативные документы Банка России, имеющие характер положений, инструкций, указаний, рекомендаций и предназначенные для кредитных институтов и подразделений Банка России, осуществляющих надзорные функции. Особое место среди них занимают нормативные документы, определяющие пруденциальные нормы и требования к кредитным

организациям.

Первая группа пруденциальных норм регулирует предельные уровни банковских рисков. К ним, в частности, относится Инструкция Банка России от 29.11.2017 N 199-И «Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией»[1].

Вторая группа пруденциальных норм Банка России, регулирующих банковскую деятельность, содержит нормы и требования к созданию кредитными организациями резервов, обеспечивающих их стабильность.

Третья группа нормативных требований Банка России касается правил выполнения отдельных банковских операций. К ним, в частности, относятся:

- Положение Банка России от 29.01.2018 N 630-П «О порядке ведения кассовых операций и правилах хранения, перевозки и инкассации банкнот и монеты Банка России в кредитных организациях на территории Российской Федерации»[20];

- Положение Банка России от 19 июня 2012 г. № 383-П «О правилах осуществления перевода денежных средств»[22];

- и другие.

Банк России использует следующие *формы регулирования и надзора*:

- лицензирование, преследующее цель ограничить совершение банковской деятельности и отдельных операций только теми юридическими лицами, которые прошли процедуру получения лицензии и имеют разрешение на проведение операций, выданное уполномоченным органом;

- пруденциальный надзор, основной

задачей которого является путем постоянного контроля отчетности кредитных организаций выявлять проблемы, особенно ведущие к возрастанию риска неплатежеспособности и банкротства;

– инспектирование, ревизия на месте, предусматривающие проверку степени достоверности передаваемой надзорным органам информации, формирование точного представления о реальном положении кредитной организации и качестве менеджмента;

– контроль соблюдения кредитными организациями в определенные сроки предписаний надзорных органов по устранению обнаруженных недостатков.

2.7 Денежно-кредитная политика Банка России: направления, цели, методы, инструменты

Денежно-кредитная политика представляет собой комплекс мер, принимаемых государством в сфере денежного обращения и кредита, нацеленных на обеспечение экономического роста и занятости населения, выравнивание платежного баланса. В нашей стране денежно-кредитную политику определяет Банк России совместно с Правительством РФ, ежегодно разрабатывая Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики, которые затем принимает Государственная Дума. Последний из таких материалов — это Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2021 г. и период 2022 и 2023 гг.[48]

В теории организации деятельности центральных

банков рассматриваются два основных типа денежно-кредитной политики: денежно-кредитная рестрикция и денежно-кредитная экспансия.

Рестрикционная денежно-кредитная политика нацелена на ограничение денежно-кредитной эмиссии, т.е. на сокращение денежной массы в обращении. Это так называемая политика дорогих денег, которая обычно проводится в периоды высокой инфляции.

Экспансионная денежно-кредитная политика сопровождается расширением денежно-кредитной эмиссии, ее целью является увеличение денежной массы в обращении. Это «политика дешевых денег», обычно она проводится в периоды экономического спада в целях обеспечения условий для расширения кредитования предприятий, стимулирования инвестиционной активности.

Посредством проведения кредитной экспансии центральные банки преследуют цели подъема производства и оживления конъюнктуры, в то время как при помощи кредитной рестрикции они пытаются предотвратить «перегрев» конъюнктуры, наблюдаемый в периоды экономических подъемов, и ограничить инфляционные процессы.

Цели денежно-кредитной политики можно разделить:

– на *конечные цели*, представляющие собой крупные макроэкономические цели, которые характерны для всех стран рыночной экономики. Например, это удержание инфляции на приемлемом уровне, достижение полной занятости, роста реального объема производства;

– *промежуточные цели*, их еще называют ориентирами, которые являются более конкретными и поставлены для

достижения конечных целей. К таким могут быть отнесены состояние денежной массы, валютный курс, ставка процента.

Основной целью, поставленной перед денежно-кредитной политикой, на период 2021 г. является поддержание ценовой стабильности, то есть стабильно низкой инфляции. При низкой инфляции обеспечивается устойчивость покупательной способности национальной валюты. Ценовая стабильность - важный элемент благоприятной среды для жизни людей и ведения бизнеса.

Низкая и предсказуемая инфляция защищает доходы и накопления в национальной валюте. При ценовой стабильности заработные платы, пенсии и другие доходы, а также сбережения населения и предприятий в национальной валюте защищены от непредсказуемого обесценения. Это в том числе позволяет поддерживать уровень жизни, а также более уверенно планировать расходы, включая долгосрочные.

Ценовая стабильность является важным условием поддержания социальной стабильности. Низкая и стабильная инфляция прежде всего защищает граждан с невысоким уровнем дохода. Такие семьи делают выбор в пользу недорогих товаров первой необходимости и при существенном росте цен не могут переключиться на более дешевые аналоги. При высокой инфляции они вынуждены сокращать потребление, что ухудшает качество их жизни. При прочих равных условиях высокая инфляция способствует росту дифференциации доходов и усиливает социальное неравенство. Поэтому низкая инфляция - одна из важных предпосылок для обеспечения социальной стабильности

После задания целей центральный банк подбирает методы и инструменты, способствующие их реализации. *Методы денежно-кредитной политики* — это способы

воздействия на ее ориентиры, реализуемые через выбор и применение определенных инструментов денежно-кредитной политики для достижения поставленных целей. Методы денежно-кредитной политики включают:

прямые методы, к которым относят административные меры в форме директив, касающихся объема денежного предложения и цен на финансовом рынке. Например, к ним относятся: лимитирование уровня процентных ставок по кредитам, ограничение объемов рефинансирования, валютные ограничения и т.п.;

экономические, или косвенные, методы регулирования денежно-кредитной политики — воздействуют на мотивацию поведения хозяйствующих субъектов при помощи рыночных механизмов. Последствия их применения менее предсказуемы, а их использование наиболее эффективно при наличии развитого денежного рынка. Примерами таких методов могут быть: установление нормативов обязательного резервирования, операции на открытом рынке, валютные интервенции и др.

Инструменты денежно-кредитной политики — это операции, способы, при помощи которых центральный банк может изменять спрос и предложение на денежном рынке, банковские резервы, денежную массу и объемы кредитования экономики. Именно выбранная совокупность мероприятий в области денежного обращения и кредита позволяет добиться реализации целей денежно-кредитной политики.

Статья 35 Закона о Банке России определяет следующие основные инструменты денежно-кредитной политики:

- 1) процентные ставки по операциям Банка России;
- 2) обязательные резервные требования;
- 3) операции на открытом рынке;
- 4) рефинансирование кредитных организаций;

- 5) валютные интервенции;
- 6) установление ориентиров роста денежной массы;
- 7) прямые количественные ограничения;
- 8) эмиссия облигаций от своего имени;
- 9) другие инструменты, определенные Банком России.

Политика процентных ставок предполагает установление и периодический пересмотр Банком России официальных базовых ставок, причем пересматриваются и ставки по основным его операциям. В ФЗ-86 оговаривается, что Банк России может устанавливать одну или несколько процентных ставок по различным видам операций или проводить процентную политику без фиксации процентной ставки. Политику процентных ставок называют политикой ставки рефинансирования или учетной ставки. *Ставка рефинансирования* является тем процентом, под который центральный банк, в качестве кредитора последней инстанции, предоставляет кредиты коммерческим банкам. *Учетная ставка* — процент, по которому центральный банк учитывает векселя коммерческих банков, таким образом кредитуя их под залог ценных бумаг. Заметим, что в современной России эти термины используются в качестве синонимов понятию *ключевая ставка*. С помощью этого инструмента центральный банк:

- воздействует на спрос и предложение кредитного рынка;
- регулирует уровень ликвидности коммерческих банков;
- регулирует объем денежной массы в стране;
- в случае необходимости предоставляет кредитным организациям финансовую помощь.

Резервные требования устанавливаются советом

директоров Банка России в процентном отношении к обязательствам кредитных организаций (не более 20%), т.е. часть привлеченных средств клиентов обязательно резервируется на беспроцентных счетах Банка России. При увеличении нормативов обязательного резервирования сокращаются ресурсная база кредитных учреждений и предложение на кредитном рынке, при их уменьшении возникает обратный эффект.

Операции на открытом рынке означают куплю-продажу Банком России государственных ценных бумаг, облигаций Банка России и некоторых других, а также краткосрочные операции с этими ценными бумагами. В случае необходимости ограничения денежной массы в обращении Банк России начинает предлагать вышеупомянутые ценные бумаги на открытом рынке. Поскольку надежность таких ценных бумаг высока, население начинает активно их скупать. Если скупают кредитные организации, то сокращается их ресурсная база. Если скупают частные лица, то уменьшается объем депозитов в банках, что вновь приводит к сокращению ресурсной базы банков. Таким образом, предложение кредитов сокращается пропорционально кредитному мультипликатору. Для увеличения денежной массы в обращении Банк России скупает государственные ценные бумаги у населения и кредитных организаций — банковские ресурсы увеличиваются и соответственно увеличивается денежная масса.

Рефинансирование банков — это кредитование центральным банком кредитных организаций посредством переучета векселей, соглашений об обратном выкупе, ломбардных операций и других видов кредитных операций. Кроме уже упомянутой ставки рефинансирования Банк России устанавливает порядок, формы и лимиты рефинансирования. Этот инструмент

Банк России использует в случае кризиса ликвидности у кредитной организации.

Валютные интервенции осуществляются с целью поддержания курса национальной денежной единицы и представляют собой куплю-продажу Банком России иностранной валюты на валютном рынке. Политика валютного курса направлена на достижение баланса интересов импортеров и экспортеров, укрепление доверия к рублю, повышение привлекательности вложений в отечественные финансовые активы, сокращение утечки капитала из России.

Установление ориентиров роста денежной массы или таргетирование происходит согласно Основным направлениям единой государственной денежно-кредитной политики. Банк России в качестве основных показателей денежной массы рассматривает: уровень инфляции, скорость денежного обращения, темпы роста денежной массы, структуру денежной массы, динамику денежного мультипликатора, ликвидность в банковской системе и другие показатели.

Прямые количественные ограничения предполагают установление лимитов на рефинансирование кредитных организаций и проведение ими отдельных банковских операций. Применяются прямые количественные ограничения в исключительных случаях после консультаций с Правительством РФ. Проведение кредитными организациями отдельных банковских операций ограничивают, только если кредитная организация нарушает законодательство РФ и предписания Банка России. Решения по введению прямых количественных ограничений должны быть опубликованы в «Вестнике Банка России» не позже, чем через 10 дней после принятия решения.

Эмиссия облигаций осуществляется Банком России от своего имени в соответствии с Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» от 22 апреля 1996 г. N 39-ФЗ, статья 27.5-1[13]. Облигации Банка России размещаются и обращаются среди российских кредитных организаций. Решение о размещении облигаций Банка России, а также решение об утверждении решения о выпуске или дополнительном выпуске таких облигаций принимаются уполномоченным органом управления Банка России. Эмиссия облигаций Банка России осуществляется без государственной регистрации выпуска таких облигаций, без проспекта указанных облигаций и без государственной регистрации отчета об итогах выпуска облигаций.

3.2 Коммерческие банки

3.2.1 Структура банковских операций

Согласно 5 статье Федерального Закона «О банках и банковской деятельности» от 02 декабря 1990, № 395-1 к банковским операциям относятся:

- 1) привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);
- 2) размещение указанных в предыдущем пункте привлеченных средств от своего имени и за свой счет;
- 3) открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;
- 4) осуществление переводов денежных средств по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам;
- 5) инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц;

б) купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;

7) привлечение драгоценных металлов физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок), за исключением монет из драгоценных металлов;

7.1) размещение указанных в пункте привлеченных драгоценных металлов от своего имени и за свой счет;

7.2) открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц в драгоценных металлах, за исключением монет из драгоценных металлов;

7.3) осуществление переводов по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам в драгоценных металлах;

8) осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов, в том числе электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов).

Открытие кредитными организациями банковских счетов индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, зарегистрированных в соответствии с законодательством Российской Федерации (за исключением органов государственной власти и органов местного самоуправления), филиалов (представительств) иностранных юридических лиц осуществляется при наличии сведений о государственной регистрации физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей, о государственной регистрации юридических лиц, об аккредитации филиалов (представительств) иностранных юридических лиц, о постановке на учет в налоговом органе, содержащихся соответственно в едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей, едином государственном реестре юридических лиц и

государственном реестре аккредитованных филиалов, представительств иностранных юридических лиц.

Кредитная организация помимо перечисленных вправе осуществлять следующие сделки:

1) выдачу поручительств за третьих лиц, предусматривающих исполнение обязательств в денежной форме;

2) приобретение права требования от третьих лиц исполнения обязательств в денежной форме;

3) доверительное управление денежными средствами и иным имуществом по договору с физическими и юридическими лицами;

4) осуществление операций с драгоценными металлами, монетами из драгоценных металлов в соответствии с законодательством Российской Федерации;

5) предоставление в аренду физическим и юридическим лицам специальных помещений или находящихся в них сейфов для хранения документов и ценностей;

6) лизинговые операции;

7) оказание консультационных и информационных услуг;

8) выдача банковских гарантий.

Кредитная организация вправе осуществлять иные сделки в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Банковские операции и другие сделки конкретный банк может осуществлять в рублях, а при наличии соответствующей лицензии Банка России - и в иностранной валюте. Правила осуществления банковских операций, в том числе правила их материально-технического обеспечения, устанавливаются Банком России в соответствии с федеральными законами.

Российское законодательство запрещает кредитной организации заниматься производственной, торговой и страховой деятельностью. Данные ограничения не распространяются на заключение договоров, являющихся производными финансовыми инструментами и предусматривающих либо обязанность одной стороны договора передать другой стороне товар, либо обязанность одной стороны на условиях, определенных при заключении договора, в случае предъявления требования другой стороной купить или продать товар, если обязательство по поставке будет прекращено без исполнения в натуре, а также на заключение договоров в целях выполнения функций центрального контрагента в соответствии с Федеральным законом «О клиринге и клиринговой деятельности»[5].

В литературе, посвященной вопросам *классификации банковских операций*, авторы разделяют их следующим образом:

- пассивные операции, призванные привлекать средства в банк, с целью увеличения ресурсной базы банка;

- активные операции, имеющие целью размещение средств для получения прибыли и поддержания банковской ликвидности;

- комиссионно-посреднические операции, особенность которых заключается в том, что банк получает доход в виде комиссионных платежей за оказанные услуги. К ним можно отнести посреднические, депозитарные, консультационные, трастовые и другие виды операций.

Кроме того некоторые авторы предлагают дополнительные признаки для классификации банковских операций:

- по цели - для формирования ресурсов или для их размещения;

- по функциональному назначению - кредитные, расчетные, депозитные, валютные, кассовые, операции с ценными бумагами, недвижимостью и др.;

- по субъектам отношений - с физическими лицами, юридическими лицами, государством;

- по платности - операции на платной или на безвозмездной основе;

- по степени значимости в структуре банковской деятельности - основные или дополнительные;

- по времени возникновения - классические (традиционные) и новые.

К классическим операциям относятся те из них, которые исторически сложились в процессе длительной эволюции банковского дела. Новые операции - это операции, которые в силу ряда причин (конкуренции, научно-технической революции и др.) появились за последние годы в арсенале кредитных учреждений; субъектам отношений - операции с юридическими, физическими лицами, межбанковские операции; направлению деятельности - инвестиционные, спекулятивные, розничные, оптовые, экспортно-импортные; трудоемкости и стоимости операций; характеру банковской деятельности - посреднические, управленческие (характеристика банка как посредника накладывает свою печать и на те операции, которые он выполняет).

3.2.2 Депозитные операции

Основой нормативного регулирования депозитных операций является Гражданский кодекс Российской Федерации (статьи 834-844) и ФЗ «О банках и банковской деятельности». Депозитные операции коммерческого банка относятся к его пассивным операциям и

учитываются в пассивной части баланса банка. Цель проведения депозитных операций коммерческим банком – аккумуляция денежных средств клиентов для их дальнейшего размещения от своего лица. Для банка эти операции являются основным, но не единственным, источником привлеченного капитала и служат для формирования ресурсной базы банка. К недепозитным источникам формирования привлеченного капитала банка можно отнести займы, полученные на межбанковском рынке, и размещенные на рынке ценных бумаг собственные долговые обязательства.

Банковский депозит представляет собой денежные средства, которые клиент передает банку на хранение при условии возвратности и получения определенного дохода. Таким образом, в основе депозитных операций лежат принципы:

- срочности, он отражает необходимость возврата банком не в любое удобное для него время, а в точно определенный срок, зафиксированный в соглашении сторон;

- платности, в рамках которого депозитная операция является платной для банка, предполагается не только передача по истечении срока определенной денежной суммы (вклада), предложенной клиентом, но и уплату определенного вознаграждения вкладчику, форма этого вознаграждения получила название ссудного процента;

- возвратности, означающая исполнение возникшего обязательства вклада.

Оформляется депозитная операция составлением договора банковского вклада или депозитного договора. *Депозитный договор* - это соглашение, в силу которого одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и

выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором (ст.834 ГК РФ)[1]. Предметом такого договора является денежная сумма, она может быть выражена в российских рублях или иностранной валюте. Форма внесения вклада может быть как наличной, так и безналичной. Сведения о вкладах и вкладчиках составляют банковскую тайну.

Банковские депозиты можно *классифицировать* по следующим признакам:

- по сроку востребования;
- по категории вкладчика;
- по условиям договора.

По сроку востребования различают: депозиты до востребования, средства и проценты по которым, банк должен быть готовым возвратить в любой удобный для вкладчика момент времени, и срочные депозиты, срок по которым определяют условия депозитного договора. Причем срочные депозиты могут быть в форме срочного вклада с фиксированным сроком и срочного вклада с предварительным уведомлением об изъятии. Депозиты до востребования являются самыми низкооплачиваемыми, что определяется их низкой ликвидностью для банка. С точки зрения вкладчика такой депозит обладает высокой ликвидностью и часто его сравнивают с операциями по хранению денежных средств. Срочные депозиты сроком до шести месяцев принято относить к краткосрочным, свыше года – к долгосрочным. Чем дольше срок в течение, которого банк может пользоваться средствами вкладчика, тем выше проценты по вкладу. К долгосрочным депозитам можно отнести депозитный и сберегательный сертификаты - это письменное свидетельство коммерческого банка о депонировании денежных средств, удостоверяющее право вкладчика или его правопреемника на получение после окончания установленного срока

суммы вноса и процентов по нему. Выпуск сберегательных и депозитных сертификатов по своему экономическому содержанию подобен привлечению любого другого срочного депозита, но одновременно депозитный сертификат является ценной бумагой, которая может самостоятельно обращаться на фондовом рынке. Одним из видов депозитов, привлеченных банком на срок не больше одного операционного дня, является депозит овернайт.

Вкладчиками могут быть как физические, так и юридические лица, среди которых особое место занимают другие кредитные организации. Физическое лицо может открыть в банке сберегательный вклад, при открытии которого оно получает сберегательную книжку, в ней фиксируются операции по вкладу. Денежные средства, размещаемые физическими лицами, должны быть застрахованы в соответствии с Федеральным Законом «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» от 10 декабря 2003, № 177-ФЗ. Цель такого страхования - предоставить гарантии быстрого возврата денежных средств, принадлежащих вкладчику, в случае несостоятельности банка, в котором размещены эти средства. В статье 3, указанного Закона, определены основные принципы системы страхования вкладов:

- обязательность участия банков в системе страхования вкладов;
- сокращение рисков наступления неблагоприятных последствий для вкладчиков в случае неисполнения банками своих обязательств;
- прозрачность деятельности системы страхования вкладов;
- накопительный характер формирования фонда обязательного страхования вкладов за счет регулярных

страховых взносов банков - участников системы страхования вкладов.

Условия договора могут оговаривать возможность пополнения депозита, причем может существовать ограничение по сумме пополнения и по количеству пополнений за период времени, кроме того оговаривается и возможность непополняемых депозитов. Возможность капитализации процентов - это начисление процентов на сумму депозита, капитализация может осуществляться ежемесячно, чаще (минимальный срок – один день) и реже. Проценты по вкладу могут начисляться по ставке простого и сложного процентов. В конце периода размещения средств используют простую ставку процентов, базой при начислении является первоначально размещенная сумма. При использовании сложной ставки доход присоединяется к остатку на начало периода, а не выплачивается. В последующие периоды проценты начисляются на сумму с прибавленными в предыдущие периоды процентами.

При условии фиксации в депозитном договоре расчеты банковских процентов для вкладов частных лиц могут производиться банками с использованием:

- фиксированной процентной ставки, процентная ставка при этом не меняется в течение всего срока вклада по договору;

- плавающей процентной ставки, это когда установленная по договору ставка может меняться в течение всего срока вклада, в связи с изменением ставки рефинансирования, с изменением курса валюты и другими факторами, оговоренными банком в договоре.

Депозитная политика - это система мер, направленных банком на привлечение свободных денежных ресурсов юридических физических лиц с последующим их размещением на взаимовыгодной основе. В рамках депозитной политики банк определяет виды

депозитов, предельные сроки и хранения, основные правила совершения операций и другие условия. Основными элементами депозитной политики являются:

- определение целей задач банка в данной области;
- разработка правил совершения операций по вкладам;
- определение оптимального сочетания различных видов вклада и предельных сроков их хранения;
- разработка правил открытия и закрытия счетов по вкладам;
- определение режима пользования счетом.

Наиболее важным элементом депозитной политики является определение оптимального сочетания различных видов вклада, предельных сроков и хранения и режима пользования счетом. Каждый коммерческий банк определяет, какие виды вкладов наиболее выгодны для него. Установление предельных сроков хранения увязывается со сроками кредитования. При разработке режима пользования счетом определяют, предполагает ли он дополнительные взносы.

Депозитная политика банка должна включать:

- 1) разработку стратегии для осуществления деятельности банка по привлечению денежных средств во вклады, основанную на исследовании рынка, то есть анализ окружающей финансовой среды, места и роли банка в сфере привлечения средств, диагностика и прогнозирование;
- 2) формирование тактики коммерческого банка по разработке, предложению и продвижению новых банковских депозитных продуктов для клиентов (в области товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики);
- 3) реализацию разработанной стратегии и тактики;
- 4) контроль реализации политики и её

эффективности;

5) мониторинг деятельности коммерческого банка по привлечению денежных средств [45, с. 44].

Основным документом, регламентирующим в коммерческих банках процесс привлечения временно свободных средств предприятий, организаций и населения на счета в банк в различного рода депозиты (вклады), является «Депозитная политика банка». Это документ, который разрабатывается каждым банком самостоятельно на основе стратегического плана банка, анализа структуры, состояния и динамики ресурсной базы банка и исходя из перспектив ее развития. Кроме того, используются документы, определяющие основные направления и условия размещения привлеченных средств, такие как «Кредитная политика банка» и «Инвестиционная политика банка».

В документе «Депозитная политика банка» должна быть определена его стратегия по привлечению средств для выполнения уставных требований, целей и задач, определенных меморандумами по кредитной и инвестиционной политике с ориентиром на поддержание банком своей ликвидности и обеспечение прибыльной работы. Конкретно в нем банк предусматривает:

- перспективы роста собственных средств банка (капитала), а отсюда и соотношение между собственными и привлеченными средствами;

- структуру привлеченных и заемных средств (вклады, депозиты, межбанковские кредиты, в том числе кредиты ЦБ РФ);

- предпочтительные виды вкладов и депозитов, сроки их привлечения; соотношение между срочными депозитами (вкладами) и на срок «до востребования»;

- основной контингент по вкладам и депозитам,

т.е. категорию вкладчиков;

- географию привлечения и заимствования средств;

- желательные банки-кредиторы по межбанковскому кредитованию, сроки привлечения последних; условия привлечения депозитов (вкладов) межбанковских кредитов;

- способы привлечения депозитов (на основе договоров банковского счета, корреспондентского счета, банковского вклада (депозита), путем выпуска собственных сертификатов, векселей);

- соотношение между рублевыми и валютными депозитами (вкладами);

- новые формы привлечения средств в депозиты;

- особые условия открытия отдельных видов депозитов (вкладов);

- меры по соблюдению нормативов риска банка по привлеченным средствам [52, с. 58].

Депозитная политика должна, прежде всего, отвечать следующим требованиям:

- экономическая целесообразность;

- конкурентоспособность;

- внутренняя непротиворечивость.

Рассматривая сущность депозитной политики коммерческих банков, необходимо коснуться таких вопросов, как: субъекты и объекты депозитной политики, принципы ее формирования, а также границы депозитной политики.

В состав субъектов депозитной политики коммерческого банка включены клиенты банка, коммерческие банки и государственные учреждения. К объектам депозитной политики отнесены привлеченные

средства банка и дополнительные услуги банка (комплексное обслуживание).

Одним из важных вопросов работы является вопрос о границах депозитной политики коммерческого банка, под которыми понимается определенный допустимый предел аккумуляирования банком временно свободных денежных средств юридических и физических лиц. При этом дается классификация этих границ по следующим признакам:

- в зависимости от спроса и предложения на рынке депозитов (экономические границы);
- по воздействию нормативов ЦБ РФ и лимитов банка (административные границы);
- в зависимости от субъектов депозитных отношений (внешние и внутренние границы);
- в зависимости от срочности депозитных отношений (временные границы);
- в зависимости от географического принципа (территориальные границы);
- в зависимости от объемов и структуры привлеченных средств (количественные и качественные границы).

3.2.3 Кредитные операции

Нормативное регулирование основ кредитных операций определяют глава 42 «Заем и кредит» Гражданского кодекса РФ и 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» от 21 декабря 2013[8]. Вопросы формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности устанавливает Положение Банка России от 28 июня 2017 N 590-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на

возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности»[21], а также «Порядок оценки кредитного риска по портфелю (портфелям) однородных ссуд» от 12 июля 2017 N 47384.

По условным обязательствам порядок формирования резервов на возможные потери, речь идет, в том числе о неиспользованных кредитных линиях и неиспользованных лимитах по предоставленным средствам овердрафт, определяет Положение Банка России от 28 июня 2017 N 590-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности. Порядок начисления процентов по кредиту определен главой 42 «Заем и кредит» Гражданского кодекса РФ и частью 1 ст. 29, ч. 2 ст. 30 ФЗ N 395-1 от 02 декабря 1990 г.

Термин «кредит» используется для обозначения товарного кредита (предоставление в заем вещей), коммерческого кредита (предоставление в заем денег или вещей в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки или рассрочки платежа за товары, работы, услуги), бюджетного кредита (предоставление бюджетных средств юридическим лицам на возвратной и возмездной основе) и налогового кредита (отсрочка уплаты части налога на прибыль или иного налога).

Принципиальным моментом является определение кредита как банковского продукта (результата деятельности сотрудников банка). В современной литературе обосновываются два взаимосвязанных подхода к решению данного вопроса[29; 36]. С одной стороны, сам кредит предлагается понимать на двух уровнях - как определенную денежную сумму, выделяемую банком на известную цель, и как определенную технологию удовлетворения заявленной заемщиком финансовой потребности, с другой стороны, предлагается различать

указанную технологию и результаты ее применения. Воспользовавшись этим подходом, можно утверждать, что кредит как продукт деятельности банка представляет собой:

- сумму денег, предоставляемую банком заемщику и удовлетворяющую изложенным выше базовым признакам кредита, отражающим его специфическую экономическую и правовую природу;

- кредитный продукт более глубокого уровня, а именно конкретный способ, каким банк оказывает или готов оказать кредитную услугу нуждающемуся в ней клиенту, т.е. упорядоченный, внутренне согласованный и документально оформленный комплекс взаимосвязанных организационных, технико-технологических, информационных, финансовых, юридических и иных действий (процедур), составляющих целостный регламент взаимодействия сотрудников банка (подразделений, связанных с кредитным процессом) с обслуживаемым клиентом, единую и завершенную технологию кредитного обслуживания клиента.

Банковские кредиты подразделяются на активные и пассивные. В первом случае банк дает кредит, выступает кредитором, во втором берет кредит, является заемщиком. Банк может входить в кредитные отношения (брать или давать кредиты) и с другими банками (иными кредитными организациями), включая банк центральный, выполняя в зависимости от ситуации активную или пассивную функцию. В этом случае мы имеем дело с межбанковским кредитованием. Что касается всех других предприятий, организаций, учреждений и физических лиц (нефинансовый сектор экономики), то кредитные отношения банка с ними имеют другой характер - здесь банк практически всегда является стороной, дающей

кредит. Далее речь идет именно об активном банковском кредитовании.

Кредитование для коммерческого банка относится к активным операциям и учитываются в активной части баланса банка. Система кредитования шире, чем банковские кредитные операции, мы рассматриваем только интересующую нас часть. В банковском деле выделяют следующие субъекты кредитования: кредитор предоставляющий ссуду, в данном случае – это кредитная организация, и заемщик, любое юридическое или частное лицо, обладающее материальными или другими гарантиями для совершения кредитных сделок. Особенность кредитора заключается в том, что он может использовать как собственные денежные средства, так и ресурсы, полученные во временное пользование, но принадлежащие другим, например вкладчикам, лицам, открывшим в банке счет, приобретшим его ценные бумаги. Заемщиком может быть население, предприятие, банк и государство.

Кредитование основано на соблюдении определенных *принципов*, часть которых выполняется безусловно (возвратность, срочность, платность, соблюдение норм законодательства, неизменность условий кредитования), а часть может быть отнесена к условным (целевое назначение, обеспеченность).

Принцип возвратности банковского кредита означает, что денежные средства, полученные в виде кредита, служат для заемщика лишь временным источником финансовых ресурсов и должны быть возвращены банку.

Принцип срочности означает, что кредит подлежит возврату в установленные сроки, нарушение которых влечет за собой применение определенных санкций.

Осуществление принципа платности банковского кредитования основывается на возмездном характере

услуг, оказываемых кредитными организациями при предоставлении кредита. За предоставление банковского кредита взимается определенная плата в виде процента. Размер процентной ставки указывается в кредитном договоре.

Соблюдение норм законодательства подразумевает, например обязательное составление кредитного договора.

Неизменность условий кредитования, т.е. положений кредитного договора. В том случае, когда эти условия могут меняться, текст кредитного договора (или приложение к нему) должен содержать возможность изменения.

Банковский кредит предоставляется на определенные цели, использование его не по целевому назначению нарушает принцип целенаправленности и может повлечь за собой применение соответствующих санкций.

Обеспечение может выступать в форме залога, поручительства, банковской гарантии или страхования. В то же время законодательством предусмотрена возможность предоставления кредита без соответствующего обеспечения (бланковый кредит).

Для банка является весьма важной дифференцированность кредитования, означающая необходимость при выдаче кредита учитывать кредитоспособность клиента и предоставлять кредиты только тем заемщикам, финансовое положение которых создает у кредитной организации уверенность в возможности возвращения кредита в установленные договором сроки.

Классификация банковских кредитов рассмотрена в части 2.2 настоящего учебного пособия.

Кредитная работа отечественных банков осложняется отсутствием у многих из них проработанной методики анализа кредитоспособности, недостаточностью

информационной базы с целью полного рассмотрения финансового состояния клиентов.

Залогом эффективной работы коммерческого банка является результативная политика банков в сфере кредитования. Но, невзирая на общепринятость определения «кредитная политика», он не обладает конкретной трактовкой. *Кредитная политика* банка, это совокупность его кредитной стратегии и кредитной тактики. При этом стратегия определяет основные принципы, приоритеты и цели конкретного банка на кредитном рынке, в то время как тактика — конкретные финансовые инструменты, используемые банком для реализации его целей при осуществлении кредитных сделок, правила их совершения, порядок организации кредитного процесса. Она установлена внутренним документом банка, определяющим основные подходы к кредитованию и требования к заемщикам с учетом сложившейся текущей экономической ситуации. Кредитная политика выражает философию (общий подход, концепцию) кредитной деятельности банка, устанавливает стратегические основы кредитной деятельности. Цели кредитной политики:

- допускать только такой характер риска, который позволяет создавать активы высокого качества и обеспечивать постоянный целевой уровень доходности;
- создать высокопрофессиональный коллектив кредитных работников, обеспечивающих высокое качество кредитного портфеля банка;
- предоставлять ссуды на финансирование экономически перспективных, рентабельных проектов, соответствующих стратегическим целям банка;
- способствовать развитию долгосрочных отношений с клиентами, приносящими доход.

Проявление сущности кредитной политики коммерческого банка раскрывается в ее функциях. Условно их можно разделить на две группы: общие, присущие различным элементам банковской политики, и специфические, отличающие кредитную политику от других элементов банковской политики.

К общим функциям относятся:

- коммерческая функция заключается в получении банком прибыли от проведения различных операций, в частности, кредитных;

- стимулирующая функция раскрывается в стимулировании аккумуляции временно свободных денежных средств в банки и их рациональном использовании. Для банка стимулирующая функция кредитной политики проявляется в том, что банки стремятся привлечь наиболее дешевые ресурсы на рынке на относительно длительный срок и разместить их с максимальной выгодой;

- контрольная функция проявляется в том, что кредитная политика позволяет контролировать процесс привлечения и использования кредитных ресурсов банками и их клиентами с учетом приоритетов, определенных в кредитной политике конкретного банка.

Специфическая функция кредитной политики всего одна, но очень важная. Это функция оптимизации кредитного процесса. Действие данной функции направлено на достижение цели банковской политики.

Состоит она из следующих элементов[40]:

- условия и методы предоставления внутренних и внешних кредитов;

- масштабы кредитования;

- порядок и условия взимания платы за кредит;

- предоставление льготных кредитов;

- целевая ориентация кредитов;

- порядок установления предельных сумм кредитов, выдачу которых администрация банка считает желательной;

- параметры кредитов, от выдачи которых банк намерен воздержаться;

- перечень географических регионов, где желательна кредитная экспансия банка;

- перечень отраслей промышленности, сельского хозяйства и сферы услуг, которых банк планирует кредитовать[31].

Кредитная стратегия коммерческого банка предполагает собой систему мероприятий, которые выполняет банк с целью свершения финансовых итогов, а кроме того является компонентом банковской политики. Кредитная стратегия разрабатывает концепцию организации кредитных взаимоотношений, постановку задач в сфере кредитования общенародного хозяйства и населения, выполняет практические меры по их исполнению.

Концепция устанавливает: область кредитных взаимоотношений; комбинацию финансовых и кредитных способов распределения и перераспределения денег; связь кредитования с организацией денежного оборота; позиции кредитования; соотношение финансовых и организационных способов.

Фундаментом в кредитной политике считается проработанная в банке политика. В пространном значении кредитная политика - это работа, которая регулирует отношения между кредитором и заёмщиком, нацеленная на реализацию свойств кредита и его значимости в экономике. Особый документ, отражающий основные принципы работы - это «Положение о кредитной политике».

«Положение о кредитной политике» утверждает Совет директоров банка, оно считается важным документом, который регулирует работу кредитной компании. Приумножение капитала, увеличение прибыли, доверие со стороны клиентов и расширение клиентской базы - все эти вопросы находятся в стратегии кредитной политики.

Кредитная политика банка исследует:

- категории заёмщиков, которым нежелательно или недозволено выдавать кредит.

- стандарты, параметры и процедуры, которым следуют банковские работники в своей деятельности по предоставлению, оформлению кредитов.

Кредитная стратегия банка включает неперенные требования к заёмщику банка. Эти требования предъявляются в период рассмотрения заявления на приобретение кредита.

В кредитной политике содержится ценовая стратегия банка. Это процедура установления и определения размера платы за ссуду, т.е. процент и комиссия банка, потенциальное изменение ставок согласно действующим кредитным соглашениям в зависимости от нынешних изменений ставок по новым кредитам. Формы кредитования и цели кредитования также отмечены в кредитной политике. Банк формирует определённые подходы и определяет лимиты, старается приумножить кредитный портфель, но исключить кредитную угрозу.

Особая процедура предусмотрена кредитной политикой с целью выполнения кредитных действий по отношению к особым категориям заёмщиков, обладающих косвенными признаками проблемности. Сотрудник банка осуществляет мониторинг ссудной задолженности заёмщика с целью оперативного принятия мер по оценке степени риска, формирование запаса на вероятные утраты по ссуде [30, с.75].

Предметной стороной осуществления кредитной политики считаются функциональные формы и типы кредитной политики банка.

В кредитной политике необходимо учитывать современную рыночную ситуацию. С этой целью следует постоянно прорабатывать её положения. Кредитная политика пересматривается два раза в год.

Кредитная политика банка не может противоречить действующему законодательству Российской Федерации и общему направлению экономического развития страны. При размещении кредитных запасов, банк обязан следовать надлежащим критериям: требованиям Центрального банка и законодательства РФ; миссии и целям, принятым в банке; кредитной культуре банка; концепции по управлению рисками.

Не существует единой (одинаковой) кредитной политики для всех банков. Каждый банк устанавливает свою кредитную политику, учитывая экономическую, политическую и социальную обстановку в регионе, принимая во внимание всю совокупность внешних и внутренних рисков, оказывающих влияние на деятельность данного банка.

Важное значение кредитной политики в процессе формирования, распределения и перераспределения национального дохода, в организации планирования и урегулирования денежного оборота на макроэкономическом уровне. На микроэкономическом уровне - обеспечение устойчивости и надежности банка, его рентабельности и ликвидности.

Можно сделать заключение, что кредитная политика является необходимой частью банковской политики в области размещения привлечённых ресурсов в сфере экономики. Кредитная политика устанавливает степень

риска, который банк берет на себя, предоставляя ссуду заемщику.

Кредитный процесс представляет собой приемы и способы реализации кредитных отношений, расположенных в определенной последовательности и практикуемые конкретным банком. Можно перечислить его особенности:

- выдача ссуд осуществляется в пределах, имеющихся у кредитной организации ресурсов;

- коммерциализация отношений банка с заемщиком (одним из главных принципов при кредитовании является получение дохода);

- кредитование происходит с обязательным учетом нормативов Банка России (в противном случае к кредитной организации будут применены санкции);

- кредитные отношения строятся исключительно на договорной основе.

Процесс кредитования можно представить в виде следующих *этапов*:

- ведение предварительных переговоров с потенциальным заемщиком;

- получение от него необходимых документов (их перечень банк устанавливает сам в зависимости от типа заемщика, цели получения ссуды и других особенностей данной сделки);

- проведение детального анализа заявки и предоставленных документов (проводимый, в случае если речь идет о ссуде предприятию, по следующим основным направлениям: анализ полноты и достоверности документов заемщика, анализ информации о заемщике, комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности заемщика, анализ кредитуемой операции, анализ степени обеспеченности кредита, оценка кредитоспособности заемщика, оценка кредитного риска);

- принятие уполномоченными лицами и органами банка (чаще всего кредитным комитетом) решения о целесообразности выдачи ссуды;
- документальное оформление выдачи кредита, в т.ч. составление и подписание кредитного договора;
- выдача кредита;
- мониторинг и сопровождение выданного кредита, проводящиеся до окончания срока действия кредитного договора;
- в случае возникновения проблемной задолженности, работа с ней;
- после исполнения заемщиком обязательств закрытие кредитного договора.

Выдавая кредиты физическим и юридическим лицам, банк формирует свой *кредитный портфель*, являющийся совокупностью остатков задолженности по активным кредитным операциям на определенную дату. Клиентский кредитный портфель является его составной частью и представляет собой остаток задолженности по кредитным операциям банка с физическими и юридическими лицами на определенную дату.

Существуют различные классификации кредитного портфеля, среди которых можно встретить деление портфеля на валовой (совокупный объем выданных банком кредитов на определенный момент времени) и чистый (валовой портфель за вычетом суммы резервов на покрытие возможных убытков по кредитным операциям).

Управление кредитным портфелем представляет собой организацию деятельности банка при осуществлении процесса кредитования, которая направлена на предотвращение или минимизацию кредитного риска. Конечными целями кредитной организации при управлении кредитным портфелем является, во-первых,

получение прибыли от активных операций, во-вторых – поддержание надежной и безопасной деятельности банка.

В системе мер управления кредитным портфелем немаловажную роль играет разработка и проведение кредитной политики. Стратегия и тактика кредитной политики разрабатывается в центральном офисе (головном банке) кредитным департаментом (управлением) совместно с Кредитным комитетом банка. В кредитной политике формулируется общая цель, и определяются пути ее достижения: приоритетные направления кредитных вложений, приемлемые и неприемлемые для банка виды активных операций, предпочтительный круг кредитополучателей и т.д.

Для эффективного управления кредитным портфелем необходим его анализ по различным количественным и качественным характеристикам как в целом по банку, так и по его структурным подразделениям.

Количественный анализ предполагает изучение состава и структуры кредитного портфеля банка в динамике (за ряд лет, на квартальные даты отчетного года) по ряду количественных экономических критериев, к которым относят:

- объем и структуру кредитных вложений по видам;
- структуру кредитных вложений по группам кредитополучателей;
- сроки кредитов;
- своевременность погашения предоставляемых кредитов;
- отраслевую принадлежность;
- виды валют;
- цену кредитования (уровень процентных ставок).

Такой анализ позволяет выявить предпочтительные сферы кредитных вложений, тенденции развития, в том числе касательно возвратности кредитов и их доходности.

Большое значение имеет сопоставление фактических остатков задолженности с прогнозируемыми, с установленными лимитами кредитования, «кредитными потолками» и т.д. «Кредитные потолки» - это верхние пределы общей суммы кредитов или их прироста, устанавливаемые для банков (иногда в индивидуальном порядке), либо лимит суммы или количества кредитов, выдаваемых одному клиенту.

За количественным анализом следует анализ качества кредитного портфеля. Сфера деятельности кредитополучателя и его тип обладают различным риском для определенных экономических условий, следовательно, и виды кредита в зависимости от объемов и целей кредитования оцениваются по-разному, что и должно учитываться при изучении кредитного портфеля банка. Для этого используются различные относительные показатели, рассчитываемые по обороту за определенный период или по остатку на определенную дату. К ним, например, относят, удельный вес проблемных кредитов во всем валовом клиентском кредитном портфеле; отношение просроченной задолженности к акционерному капиталу и др. На основе качественной характеристики кредитного портфеля можно дать оценку соблюдения принципов кредитования и степени риска кредитных операций, перспектив ликвидности данного банка. Таким образом, в любом банке состояние кредитного портфеля должно находиться под постоянным наблюдением.

3.2.4 Расчетно-кассовые операции

Гражданский кодекс Российской Федерации (главы 45, 46), Положение Банка России от 19 июня 2012 № 383-П «О порядке осуществления перевода денежных средств» и Положение Банка России от 24 сентября 2020 N 732-П «О

платежной системе Банка России» [19] служат правовой основой проведения коммерческим банком безналичных расчетов.

Расчеты осуществляются по банковским счетам, которые открываются клиентам для хранения и перевода средств. Платежи со счетов должны осуществляться банками по распоряжению их владельцев в порядке установленной ими очередности платежей и в пределах остатка средств на счете. Принцип свободы выбора субъектами рынка форм безналичных расчетов и закрепления их в хозяйственных договорах при невмешательстве банков в договорные отношения. Принцип срочности платежей - означает осуществление расчетов строго исходя из сроков, предусмотренных в хозяйственных, кредитных, страховых договорах, а также в инструкциях Минфина РФ и Центрального банка России. Принцип обеспеченности платежа - предполагает наличие у плательщика или гаранта ликвидных средств, которые могут быть использованы для погашения обязательств перед получателем денежных средств.

Виды счетов:

- расчетный счет - открывается всем предприятиям независимо от форм собственности, работающим на принципах коммерческого расчета и имеющим статус юридического лица;

- текущий счет - открывается организациям и учреждениям, не занимающимся коммерческой деятельностью и не имеющим статус юридического лица;

- бюджетный счет - открывается лицу, осуществляющему операции со средствами бюджетов всех уровней бюджетной системы РФ и внебюджетных фондов;

- ссудный счет - открывается для зачисления ссуды (кредита), полученного от банка и для последующего использования этих средств;

- депозитный счет - используется для хранения денежных средств в виде вкладов в банке;

- корреспондентский счет – открывается банком другим кредитным организациям, в том числе Банку России, филиалам банков открываются корреспондентские субсчета;

- специальные счета – открываются юридическим и физическим лицам для осуществления предусмотренных законодательством операций.

Ниже приведены *формы безналичных расчетов*, установленные законодательством:

- платежные поручения – самая распространенная форма безналичных расчетов позволяет организации - владельцу расчетного счета перевести денежные средства на счет организации - получателя средств, например на банковский счет поставщика товаров или услуг

- аккредитивная форма представляет собой способ безналичных расчетов между контрагентами, при котором банк плательщика (банк-эмитент) по поручению приказодателя (плательщика по аккредитиву) берет на себя обязательство произвести расчет с бенефициаром (получателем средств по аккредитиву) обозначенной в аккредитиве суммы по представлении бенефициаром в банк документов в соответствии с условиями аккредитива в указанные в тексте аккредитива сроки, или оплатить, акцептовать или учесть переводной вексель, или предоставить полномочия другому банку (исполняющему банку) произвести платежи или оплатить, акцептовать или учесть переводной вексель;

- чек является ценной бумагой, содержащей безусловное распоряжение банку произвести платеж указанной в нем суммы контрагенту, в пользу которого выдан чек (чекодержатель, который предъявил чек к

оплате). Чек может быть выпущен контрагентом (чекодателем), имеющим денежные средства в банке.

- расчеты по инкассо. Данная форма безналичных расчетов позволяет организации получить денежные средства от плательщика через обслуживающий банк как при условии согласия плательщика (с акцептом), так и в беспорном порядке (без акцепта)

Перечисленные формы безналичных расчетов используются на усмотрение клиентов банка в соответствии с условиями договора банковского обслуживания.

Кроме перечисленных традиционных форм безналичных расчетов банк работает и с иными формами расчетов, к ним относят:

- пластиковые банковские карты;
- клиринг;
- дорожные чеки.

Пластиковые карты выполняют функции одновременно депозитного, расчетного, кассового и кредитного инструмента. В промышленно развитых странах именно этот вид расчетов преобладает в расчетах частных лиц. У нас в стране этот вид платежей активно развивается. Основная особенность пластиковой карточки заключается в обеспечении идентификации использующего ее лица как субъекта платежной системы. Рассмотрим классификацию пластиковых карт.

По материалу, из которого они изготовлены:

- пластиковые;
- металлические.

На основании механизма расчетов:

- двусторонние системы — возникли на базе двусторонних соглашений между участниками расчетов, при которых владельцы карт могут использовать их для

покупки товаров в замкнутых сетях, контролируемых эмитентом карт (универмаги, бензоколонки и т. д.);

- многосторонние системы — предоставляют владельцам карт возможность покупать товары в кредит у различных торговцев и организаций сервиса, которые признают эти карты в качестве платежного средства. Многосторонние системы возглавляют национальные ассоциации банковских карт, а также компании, выпускающие карты туризма и развлечений (например, American Express).

По виду проводимых расчетов:

- кредитные карты, которые связаны с открытием кредитной линии в банке, что дает возможность владельцу пользоваться кредитом при покупке товаров и при получении кассовых ссуд. Владельцу кредитной карточки открывается специальный карточный счет и устанавливается лимит кредитования по ссудному счету на весь срок действия карты и разовый лимит на сумму одной покупки, в пределах разового лимита оплата покупки может производиться без авторизации;

- дебетовые карты предназначены для получения наличных в банковских автоматах или для оплаты товаров с расчетом через электронные терминалы. Деньги при этом списываются со счета владельца карты в банке. Дебетовые карты не позволяют оплачивать покупки при отсутствии денег на счете.

Некоторые авторы выделяют в особую категорию платежные карты как разновидность кредитных карт. Отличие состоит в том, что общая сумма долга при использовании платежной карты должна погашаться полностью в течение определенного времени после получения выписки без права продления кредита.

По категории клиентуры, на которую ориентируется эмитент:

- обычные карты;
- серебряные карты;
- золотые карты.

Обычные карты предназначены для рядового клиента

По характеру использования:

- индивидуальная карта, выдаваемая отдельным клиентам банка, может быть стандартной или золотой;
- семейная карта, выдаваемая членам семьи лица, заключившего контракт, который несет ответственность по счету;
- корпоративная карта выдается юридическому лицу, на основе этой карты могут выдаваться индивидуальные карты избранным лицам (руководителям, главному бухгалтеру или ценным сотрудникам). Им открываются персональные счета, «привязанные» к корпоративному карточному счету. Ответственность перед банком по корпоративному счету имеет организация, а не индивидуальные владельцы корпоративных карт.

По принадлежности к учреждению-эмитенту:

- банковские карты, эмитент которых — банк или консорциум банков;
- коммерческие карты, выпускаемые нефинансовыми учреждениями: коммерческими фирмами или группой коммерческих фирм;
- карты, выпущенные организациями, чьей деятельностью непосредственно является эмиссия пластиковых карт и создание инфраструктуры по их обслуживанию.

По сфере использования:

- универсальные карты служат для оплаты любых товаров и услуг;
- частные коммерческие карты служат для оплаты какой-либо определенной услуги (например, карты

гостиничных сетей, автозаправочных станций, супермаркетов).

По территориальной принадлежности:

- международные, действующие в большинстве стран;
- национальные, действующие в пределах какого-либо

государства;

- локальные, используемые на части территории

государства;

- карты, действующие в одном конкретном

учреждении.

По времени использования:

- ограниченные каким-либо временным промежутком (иногда с правом пролонгации);

- неограниченные (бессрочные).

По способу записи информации на карту:

- графическая запись;
- эмбоссирование;
- штрих-кодирование;
- кодирование на магнитной полосе;
- чип;
- лазерная запись (оптические карты).

Система с использованием многофункциональных карточек существует за рубежом, и очевидно, что объединение многих функций в одной пластиковой карточке является перспективным, так как такая многофункциональная карта удобна для эмитента и для держателя.

Банковский клиринг представляет собой систему регулярных безналичных расчетов, основанную на многостороннем зачете взаимных встречных обязательств участников расчетов, завершающимся платежом на разницу между суммами обязательств. Клиринг представляет собой взаимозачет платежей, т.е. ситуацию, когда денежные претензии (дебиторская задолженность)

участников погашаются их же денежными обязательствами (кредиторской задолженностью) без использования реальных денег.

Клиринговые операции обычно классифицируются по двум признакам: периодичности проведения и составу участников. По первому признаку клиринг подразделяется на разовый, который проводится эпизодически по мере накопления дебиторско-кредиторской задолженности, или постоянно действующий, осуществляющийся периодически независимо от состояния денежных обязательств и денежных претензий участников клиринга. В зависимости от состава участников клиринг может быть двух- или многосторонним. Клиринговые расчеты производятся сеансами.

Различают внутренний (межбанковский) клиринг и (международный) валютный клиринг.

Межбанковский клиринг - система межбанковских безналичных расчетов, осуществляемых через расчетные палаты и основанных на взаимном зачете равных платежей друг другу. В межбанковском клиринге выделяют:

- двусторонний межбанковский клиринг, когда засчитываются требования двух банков;
- многосторонний межбанковский клиринг, когда в зачетных схемах участвуют три и более банков.

Валютный клиринг представляет межправительственные договоренности о взаимном (безналичном) зачете международных требований и обязательств на основании соглашения между правительством двух или более стран. Валютный клиринг предполагает централизацию расчетов между государствами - сторонами клирингового соглашения на специальных клиринговых счетах, открываемых уполномоченными банками. Эта схема носит обязательный характер для физических и юридических лиц, сделки

которых подпадают под действие соглашения. Импортёры и экспортёры, как, впрочем, и иные кредиторы и заемщики, не вправе производить взаимные расчеты иначе, чем по валютному клирингу. Валютный клиринг основан также и на других обязательных элементах:

- его объеме это степень охвата платежей. При полном валютном клиринге под эту схему подпадает весь внешнеторговый оборот. При частичном клиринге неторговые операции (туризм, содержание посольств и торговых представительств, заграникомандировки и пр.) осуществляются обычным порядком - через корреспондентские счета;

- валюте клиринга, т.е. согласованной расчетной единице или валюте, в которой ведутся клиринговые счета, это может быть валюта одной из стран - участниц клиринговых расчетов, обеих стран, третьего государства. Клиринговые валюты применяются исключительно в безналичной форме;

- размерах технического кредита (предельно допустимого сальдо задолженности) необходимого для обеспечения непрерывности расчетов; определяется в соответствии с долей сальдо задолженности в объеме поставок. На практике применяются различные способы регулирования сальдо клирингового счета.

Клиринг может осуществляться через:

- учреждения Центрального банка;
- крупнейшие коммерческие банки;

специализированные организации: расчетные палаты, клиринговые центры (частные клиринговые платежные системы, например, американская CHIPS);

- клиринговый (расчетный) отдел головного банка (внутрибанковский клиринг).

Дорожный чек – это платежный документ, являющийся эквивалентом наличных денег.

Международные финансовые корпорации, крупнейшие из которых - American Express и Travelex, выпускают чеки в различных валютах (основные свободно конвертируемые валюты) и номиналах. Компания-эмитент обязуется выплатить указанную в документе сумму его владельцу в любое время.

Основное назначение дорожных чеков - безопасная перевозка денег при поездках за рубеж. В случае повреждения, кражи или потери чека его можно восстановить совершенно бесплатно в полном объеме, даже находясь в другой стране мира. Чек восстанавливается обычно в течение суток после уведомления компании-эмитента о его утрате. Во многих гостиницах, магазинах и ресторанах мира чеками можно расплачиваться, как деньгами. Причем если цена покупки будет меньше номинала чека, то сдачу выдадут наличными. В России использование дорожных чеков как оплату товаров или услуг запрещено на уровне законодательства.

Чеки номинируются в долларах или евро и продаются, как правило, только по предварительному заказу. Стоимость дорожного чека определяет его номинал и взимаемая банком при его продаже комиссия в размере 0,5%.

При покупке чека особую важность приобретает установление личности владельца чека, сначала кредитная организация запрашивает у клиента удостоверяющий личность документ. Затем приобретая дорожный чек, клиент проставляет на нем свою подпись. В момент оплаты он ставит свою подпись еще раз. При сверке подписей кассир может потребовать предъявить ему паспорт или квитанцию о покупке чека.

Чек можно обменять на наличные деньги. В России это делают в уполномоченных банках, а за рубежом - еще и в специальных обменных пунктах.

Центральный банк в рамках своей платежной системы осуществляет перевод денежных средств, через структурные подразделения центрального аппарата Банка России, головное хранилище и межрегиональные хранилища Центрального хранилища Банка России.

Кассовые операции банка – это операции по инкассации, приему, хранению и выдаче наличных денег. Они могут выполняться по отношению к национальной денежной единице, по отношению к валюте других стран и по отношению к другим ценностям.

Для выполнения кассовых операций в коммерческом банке существуют: хранилище, операционные кассы, помещение для выдачи денег инкассаторам и др.

Наличность может приниматься банком от клиента или от инкассаторов. Деньги от клиента банка принимаются на основании объявления на взнос наличными. Это комплект документов, состоящий из самого объявления, ордера и квитанции. Через службу инкассации поступают деньги в сумках. В обязанности банковского кассира входит:

- проверить, не имеют ли сумки повреждений или дефектов;
- убедиться в наличии четких и целых оттисков пломбиров на пломбах и соответствии их образцам;
- установить соответствие номеров сумок, которые сдают инкассаторы, номерам, указанным в накладных к сумкам;
- определить соответствие количества мешков с монетой и общей суммы принимаемых денег записям в накладной.

Выдача денег клиентам юридическим лицам производится по денежным чекам. Денежный чек — это бланк строгой отчетности, чеки выдаются банком клиенту в виде чековой книжки. Каждая выдача чековой книжки регистрируется в банке. Чек, заполненный бухгалтером предприятия, передается операционному работнику банка, который проверяет чек, отрезает от него контрольную марку и отдает ее получателю средств для предъявления в кассу. Кассир проверяет наличие подписей должностных лиц банка, сличает сумму на чеке цифрами и прописью. Снятие денег со счета клиента производится в день получения их в кассе.

Деятельность коммерческого банка с наличными деньгами по обслуживанию клиентов — физических лиц и сотрудников самого банка производится по приходным и расходным кассовым ордерам.

Приходный кассовый ордер используется для приема наличных денег от населения и для внутренних операций самого банка. По расходным кассовым ордерам производится выдача наличных денег (при погашении ценных бумаг, выдаче вкладов гражданам, выдаче командировочных и т. д.).

3.2.5 Операции с ценными бумагами

Операции коммерческого банка на рынке ценных бумаг определяются Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» от 22 апреля 1996, № 39-ФЗ с изменениями и дополнениями, и имеющейся у него лицензии[13]. Операции с ценными бумагами банка могут быть активными и пассивными.

Банк-дилер осуществляет от своего имени, за свой счет, на свой риск инвестиционные и торговые операции по созданию и управлению своим портфелем ценных

бумаг и оказывает услуги от своего имени по поручению клиента за его счет брокерские операции. Такой банк работает на организованном рынке ценных бумаг, для чего заключает договор с фондовой биржей, с выполнением всех вытекающих обязательств.

По договору доверительного управления одна сторона (учредитель управления) передает другой стороне (доверительному управляющему), в нашем случае коммерческому банку, на определенный срок ценные бумаги в доверительное управление, а другая сторона обязуется осуществлять управление ими в интересах учредителя управления или указанного им лица (выгодоприобретателя).

Деятельность по управлению ценными бумагами - осуществление юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем от своего имени за вознаграждение в течение определенного срока доверительного управления переданными ему во владение и принадлежащими другому лицу в интересах этого лица или указанных этим лицом третьих лиц:

- ценными бумагами;
- денежными средствами, предназначенными для инвестирования в ценные бумаги;
- денежными средствами и ценными бумагами, получаемыми в процессе управления ценными бумагами.

Депозитарная деятельность - оказание услуг по хранению сертификатов ценных бумаг и/или учету и переходу прав на ценные бумаги.

Организация торгов и отдельных сделок зависит от организатора торговли на организованном рынке ценных бумаг, т.е. юридического лица, осуществляющего деятельность на основании лицензии фондовой биржи или лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг на осуществление деятельности по организации

торговли на рынке ценных бумаг. Банк обязан соблюдать *принцип исполнения сделок* на организованном рынке ценных бумаг, представляющий собой установленный организатором торговли порядок исполнения обязательств по поставке ценных бумаг и денежным расчетам по сделкам, заключенным в течение торгового дня (сессии).

Операции банка с ценными бумагами можно разделить на группы, состоящие из множества наполняющих их операций: эмиссионные, инвестиционные, трастовые, депозитарные, консалтинговые.

При проведении эмиссии собственных ценных бумаг, право на эмиссию акций и облигаций получают коммерческие банки, организованные в форме акционерных обществ. Выпускать депозитные сертификаты и векселя может любой коммерческий банк вне зависимости от того, в какой организационной форме он создан. Для банка эмиссия ценных бумаг является возможностью упрочить свои позиции на рынке, расширить среду влияния и привлечь новых клиентов.

Процедура выпуска ценных бумаг коммерческими банками включает в себя следующие этапы:

- принятие банком-эмитентом решения о выпуске;
- подготовка проспекта эмиссии;
- регистрация выпуска ценных бумаг и проспекта эмиссии;
- издание проспекта эмиссии;
- реализация ценных бумаг;
- регистрация итогов выпуска;
- публикация итогов выпуска.

Банковские инвестиции представляют собой вложения средств в ценные бумаги, обычно со сроком погашения более одного года, сделанные с целью получения прибыли. Если эти вложения диверсифицированы, т.е. представляют

собой разные виды ценных бумаг, различных эмитентов, то у такого банка уже будет инвестиционный портфель.

Управление портфелем ценных бумаг включает - планирование, анализ и регулирование состава портфеля, деятельность по его формированию и поддержанию с целью достижения поставленных перед портфелем целей при сохранении необходимого уровня его ликвидности и минимизации расходов, связанных с ним.

Цели проведения банками инвестиций:

- сохранность и приращение капитала;
- приобретение ценных бумаг, которые могут использоваться для расчетов;
- спекулятивная игра на колебаниях курсов;
- расширение сферы влияния;
- доступ через ценные бумаги к определенной продукции, услугам, правам.

Трастовые операции - это такие операции, при совершении которых банки выступают в роли доверенного лица своих клиентов. К нам можно отнести:

- управление активами по поручению клиентов. К этой группе операций относятся: покупка по поручению клиента и за его счет ценных бумаг, формирование портфеля ценных бумаг в соответствии с указанием клиента, продажа ценных бумаг по поручению клиента;

- первичное размещение ценных бумаг - посредничество в организации выпуска и первичное размещение ценных бумаг, расчеты по ценным бумагам по поручению клиента;

- ведение реестра акционеров и регистрация сделок с ценными бумагами. К этой услуге обычно прибегают акционерные общества, насчитывающие значительное количество акционеров;

- выплата ежегодного дохода акционерам. Выплата осуществляется либо наличными, либо путем

перечисления на указанные акционерами счета. Банки могут брать на себя реинвестирование доходов по акциям и другим ценным бумагам, а также по поручению клиента производить выплату дивиденда акциями.

Как депозитарий банк хранит денежные активы и ценные бумаги, осуществляет все расчеты и операции с ценными бумагами, обеспечивает их сохранность и т.п.

3.2.6 Операции с валютой

Основной нормативно-правовой документ, регулирующий валютную деятельность коммерческого банка – Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10 декабря 2003, № 173-ФЗ с изменениями и дополнениями. Он устанавливает следующие основные *принципы валютного регулирования и валютного контроля*:

- приоритет экономических мер в реализации государственной политики в области валютного регулирования;

- исключение неоправданного вмешательства государства и его органов в валютные операции резидентов и нерезидентов;

- единство внешней и внутренней валютной политики Российской Федерации;

- единство системы валютного регулирования и валютного контроля;

- обеспечение государством защиты прав и экономических интересов резидентов и нерезидентов при осуществлении валютных операций.

Объектом валютных операций может быть:

1. валюта Российской операции:

а) денежные знаки в виде банкнот и монет Банка России, находящиеся в обращении, а также изымаемые или изъятые из обращения, но подлежащие обмену;

б) средства на банковских счетах и депозитах;

2. валюта других государств:

а) денежные знаки в виде банкнот, монет и казначейских билетов, находящиеся в обращении и являющиеся законным средством наличного платежа на территории иностранного государства (или ряда государств), а также изымаемые или изъятые из обращения, но подлежащие обмену;

б) средства на банковских счетах и депозитах в денежных единицах иностранных государств и международных расчетных единицах;

3. внутренние ценные бумаги:

а) эмиссионные ценные бумаги, номинал которых определен в валюте РФ и чей выпуск зарегистрирован в РФ;

б) иные ценные бумаги, дающее право на получение валюты РФ, выпущенные на территории РФ;

4. внешние ценные бумаги, находящиеся в документарной и бездокументарной форме, не относящиеся к внутренним ценностям.

К *участникам валютного рынка* в рамках российского валютного законодательства относят: резидентов, нерезидентов, уполномоченные банки, валютные биржи, органы валютного регулирования, органы и агенты валютного контроля.

К резидентам Российской Федерации относятся:

- физические лица, являющиеся гражданами РФ, за исключением граждан Российской Федерации, признаваемых постоянно проживающими в иностранном государстве в соответствии с законодательством этого государства;

- постоянно проживающие в Российской Федерации на основании вида на жительство, предусмотренного законодательством Российской Федерации, иностранные граждане и лица, не имеющие гражданства;

- юридические лица, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- находящиеся за пределами территории Российской Федерации филиалы, представительства и иные подразделения юридических лиц, созданных в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- дипломатические представительства, консульские учреждения Российской Федерации и иные официальные представительства Российской Федерации, находящиеся за пределами территории Российской Федерации, а также постоянные представительства Российской Федерации при межгосударственных или межправительственных организациях;

- Российская Федерация, субъекты РФ, российские муниципальные образования.

К нерезидентам относятся:

- физические лица, постоянно проживающие за пределами России, в т.ч. временно находящиеся на ее территории;

- юридические лица, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств и с местонахождением за пределами России;

- предприятия и организации, не являющиеся юридическими лицами, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств и с местонахождением за пределами России;

- дипломатические и иные представительства, находящиеся в России;

- филиалы и представительства нерезидентов, находящиеся в России.

Уполномоченные банки в системе неполной (регулируемой) конкуренции на финансовых рынках - банки и их филиалы, которым Банк России, выдаёт монопольное разрешение на проведение банковских операций со средствами в иностранной валюте. Выдача такого разрешения оформляется в виде лицензии.

Валютная биржа - это элемент инфраструктуры валютного рынка, деятельность которого состоит в предоставлении услуг по организации и проведению торгов, в ходе которых их участники заключают сделки с иностранной валютой. На валютной бирже осуществляется свободная купля-продажа национальных валют исходя из курсового соотношения между ними (котировки), складывающегося на рынке под воздействием спроса и предложения.

Органами валютного регулирования в Российской Федерации являются Центральный банк Российской Федерации и Правительство Российской Федерации. Для реализации функций, предусмотренных законом, Центральный банк Российской Федерации и Правительство Российской Федерации издают в пределах своей компетенции акты органов валютного регулирования, обязательные для резидентов и нерезидентов.

Закон определяет два органа валютного контроля: Центральный банк Российской Федерации и Правительство РФ. Агентами валютного контроля являются уполномоченные банки, подотчетные Центральному банку Российской Федерации, а также подотчетные Государственному таможенному комитету РФ таможенные органы. Контроль за совершением валютных операций кредитными организациями и валютными биржами осуществляет Центральный банк Российской Федерации. Правительство Российской Федерации

Федерации обеспечивает разграничение функций и взаимодействие федеральных органов исполнительной власти в области валютного контроля, а также их взаимодействие с Центральным банком Российской Федерации.

Кредитные организации, имеющие лицензии на осуществление валютных операций, имеют право в соответствии с ними и ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» прибегать к действиям или проводить операции, которые являются предметом их специальной правоспособности, недоступной иным кредитным организациям, резидентам и нерезидентам. Уполномоченные банки имеют исключительное право на открытие:

- банковских счетов (вкладов) в иностранной валюте для резидентов и нерезидентов;

- специальных банковских счетов для резидентов;

- банковских счетов (вкладов) и специальных банковских счетов в валюте Российской Федерации для нерезидентов;

- специальных брокерских счетов профессиональным участникам рынка ценных бумаг (в том числе кредитным организациям, не являющимся в соответствии с Федеральным законом «О валютном регулировании и валютном контроле» уполномоченными) для учета денежных средств нерезидентов;

- специальных балансовых счетов, на которые участники валютных операций переводят сумму резервирования;

- специальных балансовых счетов, на которые переводится часть валютной выручки резидентов, подлежащая обязательной продаже.

Соответственно все расчеты в иностранной валюте на территории России, расчеты нерезидентов в валюте

Российской Федерации и резидентов по специальным счетам могут проводиться только через уполномоченные банки, если иное не установлено законодательно.

Уполномоченный банк имеет право (согласно выданной лицензии) выполнять все традиционные виды банковских операций, к которым можно отнести:

- депозитные операции с валютой;
- кредитные операции с валютой;
- операции купли-продажи валюты;
- расчетные межбанковские операции;
- операции с ценными бумагами и др. с использованием валютных ценностей.

При проведении банком операций с валютными ценностями у него возникает валютная позиция. *Валютная позиция* представляет собой соотношение требований и обязательств участника срочных сделок операций на валютном рынке. При совершении сделок купли-продажи валюты с отсрочкой исполнения требований и обязательств, что характерно для срочного рынка, у участника возникают на каждый момент определённые требования (позиция покупателя) в получении валюты и/или обязательства (позиция продавца) по поставке валюты. При этом как требования, так и обязательства выражены в определённой валюте. Если валютные пассивы равны валютным активам, то валютная позиция называется закрытой. Если валютные активы не равны валютным пассивам, то валютная позиция называется открытой.

Открытая валютная позиция может быть:

- длинная, когда количество купленной валюты больше количества проданной, т.е. требования по купленной валюте превышают обязательства по проданной валюте;

- короткая - если продано валюты больше, чем куплено, т.е. обязательства по проданной валюте превышают требования по купленной валюте.

Если валютная позиция банка открытая, то он сталкивается с валютным риском, т.е. с возможностью потерь, связанной с колебаниями валютных курсов. Банк России с целью стабилизации финансовой устойчивости уполномоченных банков обязал их соблюдать лимиты открытой валютной позиции.

3.2.7 Лизинговые операции

Правовую базу для осуществления лизинговых операций составляет ГК РФ, 34 статья «Аренда» и Федеральный закон от 29 октября 1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)»[14]. Лизинговые операции, осуществляемые коммерческим банком, включают долгосрочную аренду машин и оборудования, транспортных средств, сооружений производственного назначения. Лизинг - это совокупность экономических и правовых отношений, в соответствии с которой лизингодатель обязуется приобрести в собственность указанное лизингополучателем имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование с правом последующего выкупа. Лизинг в более приземленном смысле - это приобретение оборудования с предоставлением его в аренду организациям (лизингополучателю) в обмен на лизинговые платежи. Лизинг предусматривает возможность выкупа оборудования по истечении срока действия лизингового договора или досрочно по остаточной стоимости. В отличие от договора купли-продажи, по которому право собственности на товар переходит от продавца к

покупателю, при лизинге право собственности на предмет аренды сохраняется за арендодателем, а лизингополучатель приобретает лишь право на его временное использование. По истечении срока лизингового договора лизингополучатель может приобрести объект сделки по согласованной цене, продлить лизинговый договор или вернуть оборудование владельцу. Объектом сделки являются любые непотребляемые вещи, в т.ч. и предприятия, но не имущество, для которого установлен особый порядок обращения и не природные объекты.

Участниками лизинговой операции являются:

- лизингополучатель, клиент коммерческого банка, предприятие, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и пользование в соответствии с договором лизинга;

- лизингодатель, в нашем случае в этой роли выступает коммерческий банк или его дочерняя компания, который за счет привлеченных и/или собственных средств приобретает в ходе реализации договора лизинга в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга;

- поставщик или продавец оборудования: промышленное предприятие, риэлтерская компания, автопроизводитель или дилер и т.п., которое в соответствии с договором купли - продажи с лизингодателем продает лизингодателю в обусловленный срок имущество, являющееся предметом лизинга. Продавец обязан передать

предмет лизинга лизингодателю или лизингополучателю в соответствии с условиями договора купли - продажи. Продавец может одновременно выступать в качестве лизингополучателя в пределах одного лизингового правоотношения. Любой из субъектов лизинга может быть резидентом Российской Федерации или нерезидентом Российской Федерации;

- страховщик - любая страховая компания, которая, как правило, является партнером лизингодателя или лизингополучателя. Она участвует в сделке лизинга, осуществляя страхование имущественных, транспортных и прочих видов рисков, связанных с предметом лизинга и/или сделкой лизинга. Функцией страховщика в лизинговой операции является составление страхового договора при заключении сделки между лизингополучателем и лизингодателем. В отличие от других участников, этот не обязателен при заключении лизинговой сделки. Он привлекается лишь в определенных схемах, когда требуется страхование сделки.

Банки могут напрямую участвовать в лизинговых операциях, для этого они образуют в своем составе лизинговые службы. Внедрение банков на рынок лизинговых услуг связано, во-первых, с тем, что лизинг является капиталоемким видом бизнеса, а банки являются основными держателями денежных ресурсов. Банк, выдавая ссуду в денежной форме стремится иметь ее обеспечение. В случае задержки в погашении ссуды необходимо осуществить достаточно сложную процедуру реализации имущества, на которое могут претендовать и другие кредиторы заемщика. Лизинговые услуги являются альтернативой долгосрочного кредитования.

Но банки могут и косвенно участвовать в лизинговых операциях, участие в капитале такой компании является примером такого вмешательства. Еще одним вариантом

косвенного участия будет контроль банками независимых лизинговых компаний, путем предоставления им кредитов.

В зависимости от различных признаков лизинговые операции можно *классифицировать* следующим образом.

По составу участников различают:

- прямой лизинг, при котором собственник имущества самостоятельно сдает объект в лизинг (двусторонняя сделка);

- косвенный лизинг, когда передача имущества происходит через посредника (трехсторонняя или многосторонняя сделка).

Частным случаем прямого лизинга считают возвратный лизинг, сущность которого в том, что лизинговая фирма приобретает у владельца оборудование и сдает его ему же в аренду.

По типу имущества выделяют:

- лизинг движимого имущества;

- лизинг недвижимого имущества;

- лизинг имущества, бывшего в эксплуатации.

По степени окупаемости существует:

- лизинг с полной окупаемостью, при котором в течение срока действия одного договора происходит полная выплата стоимости имущества;

- лизинг с неполной окупаемостью, когда в течение срока действия одного договора окупается только часть стоимости арендуемого имущества.

По условиям амортизации различают:

- лизинг с полной амортизацией и соответственно с полной выплатой стоимости объекта лизинга;

- лизинг с неполной амортизацией, т.е. с частичной выплатой стоимости.

По степени окупаемости и условиям амортизации выделяют:

- финансовый лизинг, т.е. в период действия договора о лизинге арендатор выплачивает арендодателю всю стоимость арендуемого имущества (полную амортизацию). Финансовый лизинг требует больших капитальных вложений и осуществляется в сотрудничестве с банками;

- оперативный лизинг, т.е. передача имущества осуществляется на срок, меньший, чем период его амортизации. Договор заключается на срок от 2 до 5 лет. Объектом такого лизинга обычно является оборудование с высокими темпами морального старения.

По объему обслуживания различают:

- чистый лизинг, если все обслуживание передаваемого предмета аренды берет на себя лизингополучатель;

- лизинг с полным набором услуг – полное обслуживание объекта сделки возлагается на лизингодателя;

- лизинг с частичным набором услуг – на лизингодателя возлагаются лишь отдельные функции по обслуживанию предмета лизинга.

3.2.8 Факторинговые операции

Факторинг - это разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента, связанная с переуступкой клиентом-поставщиком факторинговой компании неоплаченных платежных требований за поставленные товары, выполненные работы и услуги и права получения по ним. Другими словами факторинг включает в себя инкассирование дебиторской задолженности клиента (получение средств по платежным документам), кредитование и гарантию от кредитных и валютных рисков. Факторинг является рискованным, но

высокоприбыльным банковским бизнесом, эффективным орудием финансового маркетинга, одной из форм интегрирования банковских операций, которые наиболее приспособлены к современным процессам развития экономики.

Участники факторинговой сделки:

- фактор - посредник, которым может быть коммерческий банк или специализированная факторинговая компания;

- поставщик;

- покупатель.

Инкассирование дебиторской задолженности клиента может оказываться фактором клиенту как без финансирования, так и с финансированием. В первом случае клиент факторинговой компании, отгрузив продукцию, предъявляет счета своему покупателю через посредство компании, задача которой получить в пользу клиента платеж в сроки согласно хозяйственному договору (обычно от 30 до 120 дней). Во втором факторинговая компания покупает счета-фактуры у клиента на условиях немедленной оплаты 10-90 % стоимости отгрузки, т.е. авансирует оборотный капитал своего клиента (дисконтирование счетов-фактур). Резервные 10-20 % стоимости отгрузки клиенту не выплачиваются, а бронируются на отдельном счете на случай претензий в его адрес от покупателя по качеству продукции, ее цене и т.п. Получение такой услуги наиболее полно отвечает потребностям функционирующих предприятий, так как позволяет им посредством факторинга превратить продажу с отсрочкой платежа в продажу с немедленной оплатой и таким образом ускорить движение своего капитала.

За дисконтирование счетов-фактур факторинговая компания взимает с клиента:

а) комиссионные (за инкассацию счетов);

б) процент по факторинговому кредиту.

Он взимается от даты представления кредита до срока поступления средств за эту продукцию от покупателя. Этот процент обычно на 1-2 пункта выше учетной ставки.

Факторинг с финансированием (кредитом) может быть двух видов: открытый, закрытый. Открытый факторинг представляет собой форму факторинговой услуги, при которой плательщик уведомлен о том, что поставщик переуступает счета-фактуры факторинговой компании. Закрытый, или конфиденциальный, факторинг свое название получил в связи с тем, что служит скрытым источником средств для кредитования продаж поставщиков товаров, так как никто из контрагентов клиента не осведомлен о переуступке им счетов-фактур факторинговой компании. В данном случае плательщик ведет расчеты с самим поставщиком, который после получения платежа должен перечислить соответствующую его часть факторинговой компании для погашения кредита.

Факторинг без права регресса означает, что фактор-посредник при неоплате покупателем счетов в течение определенного срока (обычно от 36 до 90 дней) должен оплатить все издержки по взысканию долга в пользу кредитора (поставщика). В этом случае поставщик не несет риска по проданной им фактору дебиторской задолженности. В договоре между клиентом и фактором-посредником может предусматриваться и право регресса, т.е. право возврата фактором клиенту неоплаченных покупателем счетов с требованием погашения кредита. На практике факторинге правом регресса применяется крайне редко. Факторинговые фирмы, как правило, весь риск неплатежа покупателя берут на себя.

Различают факторинг внутренний, когда поставщик, его клиент и банк, осуществляющий факторинговые

операции, находятся в пределах одной страны. При экспортном (международном) факторинге поставщик, его клиент и банк, осуществляющий факторинговые операции, находятся в разных странах. Как правило, экспортер заключает с фактором договор глобальной цессии, в котором обязуется уступать фактору дебиторскую задолженность всех или определенного круга покупателей (например, всех покупателей в определенной стране).

Помимо «дисконтирования фактур» факторинговая компания может выполнять ряд других услуг, связанных с расчетами и основной хозяйственно-финансовой деятельностью клиента:

- вести полный бухгалтерский учет дебиторской задолженности;
- консультировать по вопросам организации расчетов, заключения хозяйственных договоров, своевременному получению платежей;
- информировать о рынках сбыта, ценах на товары, платежеспособности будущих покупателей и т.п.;
- предоставлять транспортные, складские, страховые, рекламные и другие услуги.

3.2.9 Банковский маркетинг

3.2.9.1 Сущность, цель, функции банковского маркетинга

Банковский маркетинг, рассматривается большинством авторов как интегральная функция финансового менеджмента [25]. Основной задачей при реализации этой функции выступает преобразование потребностей инвесторов-покупателей в доходы инвесторов-продавцов финансовых активов. Работы, написанные в данной тематике можно разделить на две группы, одни посвящены непосредственно банковскому

маркетингу, вторые рассматривают финансовый маркетинг, а в качестве объекта выбирают коммерческий банк, как основного агента финансового рынка. Сферой деятельности финансового маркетинга является финансовый рынок.

Финансовый рынок — представляет собой совокупность национальных и международных рынков, обеспечивающих направление, аккумуляцию и перераспределение денежных капиталов между субъектами рынка посредством финансовых учреждений с целью достижения нормального соотношения между предложением и спросом на капитал.

В структуру финансового рынка выделяют следующие сегменты: инвестиционный рынок, кредитный рынок, фондовый рынок, страховой рынок и валютный рынок.

Особенностью финансового рынка является то, что один и тот же субъект может выступать одновременно в роли продавца финансовых активов и в роли покупателя этих активов. Так, банк, выполняя депозитные операции, является покупателем финансовых активов, а вкладчики — их продавцами. Выполняя кредитные операции, банк выступает в качестве продавца кредитного капитала, а заемщик — в качестве его покупателя. Поэтому условно следует различать два вида инвесторов: инвестор-продавец и инвестор-покупатель.

Особенности банковского маркетинга, как функции банковского менеджмента заключаются в том, что он:

- изучает финансовый рынок, приспособляется к его требованиям и тем самым влияет на рынок;
- реализует системный и программно-целевой подходы;
- нацелен на эффективную реализацию на рынке финансового актива;

– предполагает, что обе стороны, и инвестор-покупатель и инвестор-продавец, выступают как активные участники рынка.

Тогда банковский маркетинг можно рассматривать, как системный подход инвесторов-продавцов к управлению реализацией финансовых активов и инвесторов-покупателей к управлению накоплением финансовых активов.

Финансовые активы включают:

– монетарное золото и специальные права заимствования международного валютного фонда (хотя для них нет соответствующих финансовых пассивов);

– валюту и депозиты;

– ценные бумаги (кроме акций);

– акции и прочие виды акционерного капитала;

– займы;

– страховые технические резервы;

– прочую дебиторскую и кредиторскую задолженность.

Финансовый актив, в качестве продукта, имеет ряд особенностей:

– он может иметь как абстрактную, так и документарную форму;

– многие активы ограничены временными рамками;

– облекается в договорную форму;

– быстро копируется другими финансовыми институтами [59, с.67].

Банковский маркетинг - это системный подход инвесторов-продавцов к управлению реализацией финансовых активов (денег, ценных бумаг, драгоценных металлов и камней) и инвесторов-покупателей к управлению накоплением финансовых активов [46, с.24].

Целью банковского маркетинга является создание новых финансовых активов и новых финансовых рынков, в так же расширение или удержание своей доли рынка [34, с.26].

Можно выделить следующие *функции банковского маркетинга*:

- исследование потребностей инвестора-покупателя, они будут различными в зависимости от вида финансового актива;

- маркетинговое исследование, целью которого является определение спроса на данном сегменте рынка, потенциала дальнейшего продвижения данного актива, необходимость его изменения;

- планирование выпуска и реализации конкретного финансового актива, в рамках данной функции разрабатывают план финансового маркетинга и план организационных действий;

- разработку, организацию и проведение рекламы;

- реализацию финансового актива, включающую организацию работы пунктов купли-продажи финансовых активов.

3.2.9.2 Исследование в банковском маркетинге

Проведение маркетингового исследования и анализ полученных данных являются базой управления маркетингом в финансовой организации.

Само понятие маркетинговое исследование неоднозначно, рассмотрим три вполне самостоятельных определения. Маркетинговое исследование – это форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике [35].

Маркетинговое исследование - сбор и анализ данных, позволяющих получить информацию, необходимую для успешной разработки, производства и доведения до покупателя товаров и услуг, предоставляющих для него ценность [42].

Маркетинговое исследование – это тщательно организованное объективное измерение, сбор, анализ и распространение информации, позволяющее маркетинговым менеджерам более эффективно использовать рыночные возможности за счет своевременного выявления и решения маркетинговых проблем [44, с.23].

В приведенных определениях можно выделить исследовательский, управленческий и маркетинговый аспекты. Таким образом, *цель маркетинговых исследований* – совместно выработанное мнение исследователя, менеджера и маркетолога по альтернативным вариантам решения, проблем и возможностям, которые требуется исследовать, и по тому, кто будет использовать результаты исследований [50, с.6].

Цели проведения маркетинговых исследований могут быть:

– разведочные, направленные на сбор предварительной информации, для уточнения проблем и проверки гипотез, например, выдвигается предположение о недостаточно эффективном имидже банка, разведочное исследование выявляет надежность, ресурсный потенциал, приветливость и компетентность работников как проблемные составляющие имиджа;

– описательные, направленные на описание различных аспектов реальной маркетинговой ситуации, например, при принятии решения об открытии дополнительного офиса банка есть смысл проанализировать: кто будет его клиентом, какие

банковские продукты будут наиболее востребованы в данном офисе, наконец, где и как мы будем изучать потенциальных клиентов;

– каузальные, направленные на обоснование гипотез, трактовку выявленных причинно-следственных связей, например, приведет ли увеличение депозитной ставки по определенному виду вклада к привлечению достаточного числа вкладчиков, для того, что бы компенсировать потери банка.

Целью маркетинговых исследований является разрешение следующих проблем:

– изучение и установление потенциала рынка или продукта о возможном объеме его продаж, условиях реализации, уровнях цен, способности потенциальной клиентуры;

– исследование поведения конкурентов, направления их действий, потенциальных возможностей, стратегии формирования цен;

– исследование сбыта с определением территории, являющейся наилучшей с точки зрения продаж, объема продаж на рынке, который является наиболее эффективным [51].

В зависимости от особенностей деятельности финансовой организации можно сформулировать следующие цели проведения маркетинговых исследований:

– для банка – это получение полной, надежной и достоверной информации, необходимой для планирования и контроля за деятельностью банка при максимальном сокращении риска от проводимых организаций;

– для страховой компании – это получение полной, надежной и достоверной информации, необходимой для определения своего места на рынке, положения в котором должен находиться страховщик,

направления изменения страховой и инвестиционной политики, мероприятий по продвижению страховых продуктов;

- для компании-эмитента на рынке ценных бумаг – это получение полной, надежной и достоверной информации, необходимой для определения характеристик рынка, анализ распределения долей рынка между эмитентами, изучения ценных бумаг конкурентов;

- для компании-инвестора – это получение полной, надежной и достоверной информации, необходимой для оценки целесообразности и привлекательности инвестиционного предложения, возможных рисков при реализации инвестиционного предложения и путей их минимизации. Такое исследование может содержать: анализ подобных инвестиционных предложений, оценку инвестиционной привлекательности рынка, оценку игроков данного рынка, их финансового положения и конкурентоспособности, определение возможных сценариев и оценку перспектив развития данного рынка.

К маркетинговым исследованиям предъявляются следующие требования:

- для наибольшей эффективности они должны проводиться систематически;

- они должны быть научными, объективными и точными;

- исследование должно состоять из нескольких взаимосвязанных этапов, которые будут рассмотрены ниже;

- исследование должно использовать различные источники информации, в этом случае можно добиться более точных результатов и сэкономить [54, с.67].

3.2.9.3 Этапы маркетингового исследования

До проведения маркетингового исследования

необходимо тщательно его подготовить. Маркетинговое исследование можно представить разделенным на следующие этапы, каждый из которых имеет свою классификацию:

1. подготовительный в ходе его разрабатывается программа исследования;
2. основной, он предполагает проведение эмпирического исследования;
3. завершающий, он заключается в обработке и анализе данных, формулировке рекомендаций.

Программа исследования представляет собой изложение его общей концепции в соответствии с основными целями проводимой деятельности и гипотез исследования с указанием правил процедуры, а также логической последовательности операций для их проверки. Иногда маркетингологи применяют термин *дизайн*, подразумевая под этим понятием проектирование и конструирование процесса исследования, разработку его модели [60, с.74].

Содержание и структура программы маркетинговых исследований зависят от главной цели исследуемой проблемы. С этой точки зрения можно выделить два типа исследований. Исследования могут носить теоретический и прикладной характер.

Программа исследования строится в зависимости от названных целей. Но, какова бы ни была конкретная цель исследования, его общая направленность должна отвечать в конечном счете практическим интересам производителя, потребителя и посредника.

Программа включает три раздела:

1. теоретический раздел;
2. методический раздел;
3. организационный раздел.

1. *Теоретический раздел*, в свою очередь состоит из:

- формулировки проблемы;
- определения цели и задач исследования;
- предварительного анализа предмета и объекта исследования;
- выдвижения рабочих гипотез.

Менеджеры иногда указывают в качестве проблемы, уменьшение доли на рынке, но это только симптомы, а важно выявить причины их проявления. При определении проблемы необходимо исследовать все возможные причины появившихся симптомов. Для этого выявляют симптомы, формулируют базовые проблемы, лежащие в основе симптомов, и определяют список альтернативных действий, которые можно предпринять для решения проблем.

Приведем примеры вопросов, задаваемые исследователем сотрудникам маркетинговых служб с целью выявления маркетинговых проблем, таблица 3.1 [27, с.81].

Таблица 3.1 - Вопросы, позволяющие конкретизировать проблему

Области определения проблем	Пример вопросов
1	2
Симптомы	Какие изменения вызвали вашу озабоченность?
Базовая информация	Какая информация относительно продуктов, рынков и др. является существенно важной?

Продолжение таблицы 3.1

1	2
Ситуация для лиц, принимающих решения	Как эти изменения влияют на ваши цели? Какими ресурсами вы располагаете? Каковы сроки реализации требуемых мероприятий?
Информация о ситуации	Что вы знаете об обстоятельствах этих изменений?
Предполагаемые причины	Что вы думаете о причинах возникновения этих изменений?
Возможные решения	Ваши возможности по решению возникшей проблемы?
Ожидаемые последствия	Если вы реализуете ваши возможности, какими, скорее всего, будут результаты?
Предположения	Почему вы ожидаете именно этих результатов на ваши действия по решению проблемы?

Определение *цели и задач* исследования является следующим действием по созданию программы маркетингового исследования коммерческого банка. Цель исследования непосредственно вытекает из уже определенных и сформулированных проблем. Формулировка цели должна быть максимально ясной и четкой, однозначной. Достижение цели должно быть измеримо, желательно разработать параметры оценки уровня её достижения. Для конкретизации цели определяют задачи исследования. Как правило, при

проведении маркетингового исследования формулируют ряд задач, это дает возможность получить более широкую информацию. Возможно деление задач на главные и второстепенные, они могут иметь к проблеме проводимого исследования не самое прямое отношение, но при проведении регулярных исследований с их помощью можно конкретизировать проблему.

Объектом маркетинговых исследований может быть любой элемент комплекса финансового маркетинга, или окружающая среда финансовой организации. Тогда, объектом маркетинговых исследований в наиболее общем виде является изучение и анализ действия всех факторов, связанных со снижением риска и неопределенности в сфере финансового маркетинга. Объект исследования при его анализе пытаются представить в виде качественно различных элементов, связанных в систему.

Предметом маркетинговых исследований могут быть конкретные маркетинговые проблемы, подлежащие непосредственному изучению и относящиеся к объекту исследования. Т.е. предметом исследования будут не все элементы и связи в выделенной системе, а только часть их. Целью проведения данной стадии является выявление и систематизация знаний о предмете исследования.

Уже в ходе анализа объекта и предмета исследования могут выдвигаться рабочие гипотезы, позволяющие предварительно объяснить симптомы и события. *Рабочая гипотеза* маркетингового исследования – это обоснованное, наиболее вероятностное предположение относительно сущности и возможных путей решения сложившейся проблемы. Вырабатываются гипотезы на основе имеющихся фактов. При выдвижении рабочих гипотез целесообразно следовать следующим общим требованиям, предложенным В.А. Ядовым:

– Гипотеза не должна содержать понятий, которые не получили эмпирической интерпретации, иначе она непроверяема.

– Она не должна противоречить ранее установленным научным фактам. Иными словами, гипотеза объясняет все известные факты, не допуская исключений из общего предположения.

– Из предыдущего правила вытекает требование простоты гипотезы. Она не должна обрастать целым лесом возможных допущений и ограничений, лучше исходить из максимально простого и общего основания.

– Хорошая гипотеза приложима к более широкому кругу явлений, нежели та область, которая непосредственно наблюдается в исследовании.

– Гипотеза должна быть принципиально проверяема при данном уровне теоретических знаний, методической оснащенности и практических возможностях исследования. Хотя это требование также очевидно, оно нередко нарушается.

– Наконец, рабочая гипотеза должна быть специфицирована в том смысле, что в самой формулировке следует указать и способ ее проверки в данном исследовании. Это требование подводит итог всем предыдущим. Оно предполагает, что в формулировке гипотезы нет неясных терминов, четко обозначена ожидаемая связь событий, проверка предположения не вызывает трудностей со стороны методов и организационных возможностей. Специфическими являются выводные гипотезы, т. е. те частные следствия, которые мы проверяем путем прямого сопоставления с фактами [60, с.55].

Рабочая гипотеза устанавливает рамки и основные направления маркетингового исследования.

2. *Методический раздел* программы маркетингового исследования содержит:

- стратегический план исследования;
- выбор и описание выбранных методов исследования;
- описание выборки.

Стратегический план исследования выбирают в зависимости от целей проведения исследования: разведочных, описательных, каузальных (см. стр. 7 настоящего учебного пособия), а также от состояния знаний об объекте и предмете, от возможностей разработки гипотез.

Выбор того или иного *метода исследования* определяется задачами маркетингового исследования. В программе необходимо указать, какой именно метод и по каким причинам предлагается использовать в предстоящей работе. Методы исследования будут рассмотрены ниже.

Кроме того в этот же раздел входит и описание выборки. *Выборка* представляет собой часть совокупности, призванную отображать совокупность в целом.

При составлении плана выборки решаются следующие задачи:

- определение объекта исследования;
- определение структуры выборки;
- определение объема выборки.

Как правило, объект исследования представляет собой совокупность объектов наблюдения (потребители, сотрудники финансовой компании, посредники и т. д.). Если совокупность малочисленна, а исследовательская группа обладает необходимыми возможностями и ресурсами (трудовыми, финансовыми и временными) для установления контакта с каждым из ее элементов, то реально и предпочтительно проведение сплошного исследования всей совокупности. В этом случае можно

приступать к выбору метода сбора данных, орудия исследования и способа связи с аудиторией. В противном случае приходится ограничиваться выборочным обследованием.

Отсутствие такой возможности часто бывает продиктовано следующими обстоятельствами:

- невозможностью установления контакта с некоторыми элементами совокупности;
- большими расходами на проведение сплошного исследования;
- ограниченными сроками проведения исследования.

В исследовательской программе необходимо подробно описать:

- состав выборки (представители каких целевых групп будут опрашиваться и почему);
- принципы отбора элементов выборочной совокупности (какой вид выборки будет использоваться и почему);
- объем выборки (сколько человек надо опросить, и почему для реализации цели конкретного маркетингового исследования необходимо опросить именно такое число респондентов);
- техника сбора информации и контроля за ее качеством (как конкретно планируется проводить опрос, каковы методы контроля за сбором информации).

3. *Организационный раздел* содержит этапы, сроки проведения и стоимость исследования, иногда эту часть программы называют рабочим планом.

3.2.9.4 Информация в банковском маркетинге

Маркетинговая информация представляет собой данные, необходимые для маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование финансовой услуги или ее рыночного окружения основывается на актуальной информации в отношении данных, описывающих текущее

или перспективное (прогнозное) состояние компании, а также включает анализ и отражение этих данных в специальной форме, для решения основных задач компании.

Для достижения целей финансовая организация должна получать адекватную информацию до и после принятия решений. Существуют различные причины, в силу которых маркетинговая информация должна собираться при разработке, реализации и пересмотре маркетингового плана фирмы или каких-либо его элементов. Недостаточно опираться на интуицию суждения руководителей и опыт прошлого.

К возможностям, предоставляемым информацией можно отнести следующие возможности:

- получать конкурентные преимущества;
- снижать финансовый риск;
- определить отношения потребителей к определенным финансовым продуктам и компании в целом;
- следить за внешней средой;
- координировать стратегию;
- оценивать деятельность;
- повысить доверие к рекламе;
- улучшить эффективность менеджмента.

Сама информация для того, чтобы быть пригодной для использования, должна быть:

- достоверной – т.е. она должна правдиво, без искажений, отражать состояние исследуемого объекта или процесса;
- актуальной - данное свойство означает необходимую степень современности информации по отношению к решаемой проблеме (соответствие времени решения проблемы) и ее своевременность (насущность);

– полной - содержание информации должно обеспечивать как необходимые, так и достаточные условия для принятия решения;

– релевантной, что означает, что предлагаемая информация соответствует решаемой проблеме, т. е. сведения относятся именно к исследуемому объекту или процессу и именно в той части, которая составляет предмет исследования;

– сопоставимой, что предполагает возможность сравнения данных за счет единства предмета исследования, круга включенных показателей, методологии проведения исследования и методик измерения характеристик;

– доступной для восприятия информации пользователем, т.е. информация должна быть понятна, иметь вид, приемлемый для того субъекта, которому она предназначена (т. е. соответствовать применяемым пользователем моделям), и представлена на удобном для него носителе;

– экономичной означает, что затраты на получение и переработку информации не должны превышать получаемый от ее использования результат.

Вышеперечисленные основные требования к свойствам маркетинговой информации должны выполняться одновременно. Указанный перечень не может быть ранжирован, отсутствие какого-то одного свойства равнозначно отсутствию информации как таковой.

К указанным основным свойствам маркетинговой информации можно добавить ряд второстепенных, обеспечивающих удобство использования информации:

– адресность (целенаправленность) - предоставление информации для конкретного управленческого уровня и конкретных задач управления (т. е. она должна быть адаптирована для конкретного пользователя);

- наглядность представления;
- возможность быстрой передачи;
- возможность многократного использования;
- возможность неограниченного хранения во времени;
- пригодность для принятия различных (многих) решений.

Если подходить к сбору маркетинговой информации как к случайному, редкому событию, которое необходимо только тогда, когда нужно получить данные по конкретному вопросу, можно столкнуться с рядом проблем. Например, может возникнуть ситуация, когда:

- результаты предыдущих исследований хранятся в неудобном для использования виде;
- незаметны изменения в окружающей среде и действиях конкурентов;
- проводится несистематизированный сбор информации;
- возникают задержки при необходимости проведения нового исследования;
- по ряду временных периодов отсутствуют данные, необходимые для анализа;
- маркетинговые планы и решения анализируются неэффективно [41, с.82].

Классификация маркетинговой информации представляет собой распределение различных видов информации в зависимости от общих признаков.

1. *В зависимости от местонахождения источника информации* бывает:

1.1 *Внутренняя информация* – это та информация, которую содержат внутренние источники организации, анализировать возможно следующие документы:

- отчеты о сбыте финансовых услуг;
- внутренние отчеты о состоянии дел у конкурентов;

- аналитическую бухгалтерию;
- отчеты об оценке риска, как по отдельным видам операций, так и по финансовой организации в целом;
- базы данных по клиентам финансовой организации, как физических, так и юридических лиц;
- возможно ведение и использование базы данных по потенциальным клиентам;
- внутренняя оценка качества, в т.ч. жалоб клиентов;
- внутренняя оценка эффективности рекламы и связей с общественностью.

С помощью использования внутренней информации возможно выявлять проблемы и перспективные направления маркетинговой деятельности.

1.2 *Внешняя информация* может использовать следующие источники:

- законы, подзаконные акты, инструкции ЦБ и т.д.;
- отчеты международных организаций МВФ, различных организационных структур Всемирного Банка и т.п.;
- отчеты и доклады различных исследовательских центров, исследовательских институтов, университетов;
- данные официальной статистики;
- результаты опросов профессиональных участников рынка финансовых услуг;
- платные источники информации, базы данных;
- открытые печатные материалы, в первую очередь специализированные финансовые источники;
- выставки, ярмарки, совещания, конференции, презентации, дни открытых дверей, коммерческие базы и банки данных;
- автоматизированный банк данных (АБД) -

система специальным образом организованных данных, а также технических, программных, языковых и организационно-методических средств, предназначенных для коллективного использования пользователями или решения разных экономических задач.

Большинство источников доступны, следовательно, на первый план выходят требования к информации, перечисленные в начале данного раздела.

2. В зависимости от соответствия целям исследования выделяют:

2.1 *Первичную информацию* – это информация об объекте исследования, полученная непосредственно от источника (в момент возникновения) в результате специально проведенных для решения конкретной проблемы финансового маркетинга, так называемых полевых маркетинговых исследований. О методах их проведения подробно будет рассказано в следующем разделе.

Информация, полученная первично имеет следующие преимущества:

- она полностью соответствует поставленным задачам исследования;
- полученные результаты исследования отражают самую современную картину в изучаемой сфере;
- методология исследования известна, что помогает, проводя исследования, и далее формировать базу данных;
- результаты, полученные в ходе исследования, недоступны конкурентам;
- возможен контроль надежности информации.

Однако существуют и недостатки:

- прежде всего – это высокая стоимость исследований;

– реализация первичного исследования требует большего времени.

2.2 *Вторичную информацию*, или кабинетные исследования, заключающиеся в обработке, обобщении, информации, полученной ранее, из внешних и внутренних источников для целей, отличных от целей конкретного маркетингового исследования.

У вторичной информации есть свои достоинства, к которым можно отнести:

- относительно быстрое получение результатов;
- возможность сопоставления информации из различных источников;
- более дешевую стоимость, по сравнению с затратами, необходимыми на получение первичной информации.

▪ Недостатками являются:

- устаревание информации, что особенно важно при анализе финансовых рынков;
- возможность получения той же информации конкурентами;
- сложность оценки полноты, достоверности и способов использования.

3. *В зависимости от стадии переработки* информация бывает:

3.1 *Необработанная информация* это та информация, которая регистрируется в месте её возникновения, она отражает состояние объекта.

3.2 *Обработанная информация*, предполагающую определенную переработку, анализ в зависимости от поставленных задач. Она, в свою очередь делится на:

3.2.1 *Промежуточную информацию*, которая играет вспомогательную роль в исследовании;

3.2.2 *Итоговую информацию*, соответствующую поставленным целям исследования, например выводы и

рекомендации для выработки стратегии управления.

4. *По назначению* выделяют:

4.1 *Справочную* информацию, которая необходима для ознакомительного использования в работе и отражает относительно стабильное положение на рынке.

4.2 *Рекомендательную* информацию, она содержит прогнозы реализации товарной продукции, приоритеты выбора целевых рынков, поставщиков, посредников, торговцев. Основывается на результатах специальных исследований или анализе данных, приводимых в печатных изданиях и коммерческих базах данных рыночной ситуации.

4.3 *Нормативную* информацию, в финансовой сфере она основана на использовании нормативных законодательных актов в сфере денежного обращения и финансов и обращения финансовых услуг.

4.4 *Сигнальную* информацию, которая появляется в ходе возникновения отклонений фактического состояния объектов маркетинговых исследований от запланированного.

5. *По периодичности получения* можно выделить:

5.1 *Мониторинговую*, непрерывно получаемую, она дает возможность наблюдать исследуемое явление в динамике.

5.2 *Дискретную*, она поступает периодически, и, в зависимости от продолжительности периодов делится на долгосрочную, текущую и оперативную.

5.3 *Эпизодическую*, эта информация является результатом проведения конкретного исследования.

6. *По виду охватываемого периода* информация бывает:

6.1 *Ретроспективной*, она позволяет анализировать объект за прошедший, часто длительный период времени.

6.2 *Текущей*, под ней понимается информация,

характеризующая состояние исследуемого объекта на настоящее время.

6.3 *Прогнозной*, она позволяет заглянуть в будущее объекта.

7. По отношению к этапам принятия маркетинговых решений выделяют:

7.1 *Констатирующую*, данная информация содержит данные о состоянии изучаемого объекта. Для повышения её качества можно рекомендовать:

- увязывать описание с целями исследования, максимально точно классифицировать различные аспекты объекта;

- все элементы объекта должны одинаково отражать основные тенденции его изменения, представлять собой информационно единое поле;

- оценка состояния объекта на различных уровнях обобщения должна быть увязана по согласованным критериям.

7.2 *Поясняющую*, для неё характерно то, что она дает возможность сформулировать представления о причинно-следственном механизме изменений в системе финансового маркетинга.

7.3 *Плановую*, её применяют при разработке и принятии решений о стратегии, целях и программах маркетинга.

7.4 *Информацию, используемую при контроле маркетинга*, она имеет непосредственное отношение к контролю деятельности финансовой компании и ревизии её маркетинговой стратегии.

8. По характеру используемых измерителей информация делится на:

8.1 *Количественную*, её особенностью является возможность представить информацию об объекте исследования в числовых величинах, например, так можно

выразить емкость рынка, долю рынка, степень влияния доходов различных групп потребителей финансовой услуги на их спрос, размеры инвестиций, цены товаров и т.д.

8.2 *Качественную*, её предназначение заключается в описании объекта исследования и объяснении причин связей наличествующих в нём, например, состав потребителей финансовой услуги – физических лиц с точки зрения пола, рода занятий, места жительства, способы приобретения товаров, причины предпочтения и т.д.

9. *По способу восприятия информации* можно выделить:

9.1 *Звуковую*, она широко используется при реализации рекламных мероприятий, можно изучать эффективность её влияния на клиентов, принимая во внимание относительную ненавязчивость, ту особенность звука не требовать всего внимания клиента, однако влиять на его память. В звуке каждый элемент несёт информацию, создаёт атмосферу и настроение: музыка, звуковые эффекты и шумы, голос диктора, подача, интонации и скорость чтения, сам текст.

Помешать информации достигнуть адресата могут: зашумленное пространство, другие источники звука, слишком малая или слишком большая громкость, невнятная дикция или слишком быстрая скорость чтения, незнание слушателем некоторых слов и терминов, плохое знание языка, плохо написанный текст, плохое качество записи.

9.2 *Визуальную*, её можно представить в виде текста, баннеров, видео, анимированных изображений.

9.3 *Получаемую с помощью осязания*, например, это может касаться интерфейса финансовой компании.

9.4 *Получаемую с помощью обоняния*, здесь в качестве

примера можно привести как интерьер компании, так и внешний облик персонала, непосредственно работающего с клиентами.

10. По *форме представления* информация бывает:

10.1 *Текстовой*, она может быть в рукописном, печатном и электронном виде.

10.2 *Табличной*, которая предполагает и дает возможность манипулировать данными столбцов, строк, отдельных граф и клеток.

10.3 *Матричная* информация позволяет реализовать алгоритмы матричной и математической модели исследования рынка.

10.4 *Графическая* информация представляет собой графическое изображение данных, отражает зависимости между факторами, выявляет сложившиеся закономерности, раскрывает динамику рынка и отдельных его составляющих.

10.5 *Числовая* информация показывает количественные изменения показателя в динамических рядах и отражает тенденции изучаемого процесса.

3.2.9.5 Методы исследования

Методы исследования, прежде всего, подразделяют на первичные, полученные в результате проведения полевого исследования, и вторичные или кабинетные исследования.

1. *Первичное* исследование связано с основной целью программы исследования, оно позволяет её реализовать, настолько, насколько это возможно. Прежде, чем перейти к классификации по виду, получаемых данных, отметим, что любой из первичных методов реализуют на всех респондентах, или на определенной выборке. В зависимости от такого подхода можно выделить:

– *сплошное* (или *полное*) *исследование*, оно охватывает всех респондентов. Применяют его, как правило, для изучения небольшого их числа, например

всех клиентов коммерческого банка, получивших кредит по ипотечной программе. Такое исследование имеет преимущества, к которым можно отнести точность, сравнительно небольшие финансовые затраты на проведение и возможность провести все в минимальные сроки.

– *Выборочное* (или *частичное*) *исследование* охватывает определенный процент или целевую группу респондентов. Обычно оно представляют собой обычное социологическое исследование, проводимое на основе выборки из статистической совокупности респондентов в соответствии с ее структурой. Чем точнее выборка, тем точнее получаемый результат. Выборку можно заказать в любом территориальном управлении статистики, где она рассчитывается на основании результатов последней переписи населения.

Выборка может быть: *случайная*, она подразумевает случайный подбор респондентов независимо от их характеристик. Например, опрос прохожих при выборе места расположения нового офиса страховой компании. *Квотированная* (иначе *нормированная*) выборка предполагает выбор респондентов в соответствии со структурой населения. Например, по полу в России в среднем проживает 51 % женщин, 49 % мужчин и далее — по возрасту, доходам, национальным особенностям, образованию, потребительским предпочтениям и т. д. в зависимости от целей исследования. *Концентрированная* выборка заключается в отборе не всех респондентов, а только представителей определенного сегмента потребительского рынка или контрагентов. Например, для изучения спроса на кредиты для пенсионеров совсем не обязательно опрашивать молодежь.

1.1 Первичное исследование основывается на методах сбора качественной и количественной информации.

Качественные исследования подразумевают сбор, анализ и интерпретацию данных путем наблюдения за тем, что люди делают и говорят. Наблюдения и выводы носят качественный характер и осуществляются в не стандартизированной форме. Качественные данные могут быть переведены в количественную форму, но этому предшествуют специальные процедуры. Например, мнение нескольких респондентов о рекламе определенного вида банковского депозита, размещенной на баннерах, может быть словесно выражено по-разному, и только в результате дополнительного анализа все мнения разбиваются на три категории: отрицательные, положительные и нейтральные, после чего можно определить, какое число мнений относится к каждой из трех категорий. Такая промежуточная процедура является лишней, если при опросе использовать сразу закрытую форму вопроса.

Качественные исследования включают следующие методы:

1. метод фокус-группы;
2. глубинные интервью;
3. экспертные интервью;
4. анализ протокола;
5. наблюдение.

Если бы нашей задачей был анализ всех используемых в маркетинге методов, то список был бы шире, но в данном учебном пособии рассмотрены те методы, которые эффективно применяют в финансовом маркетинге. Рассмотрим каждый из этих методов подробнее.

1.1.1 Метод фокус-группы представляет собой исследование, построенное на особой форме глубинного интервью, проводимого в группе. В ходе реализации фокус-группы предполагается свободный обмен информацией, мнениями, оценками участниками под руководством модератора. Модератор для такого

исследования ключевая фигура, для него желательны навыки психолога. Для реализации целей исследования он должен установить достаточно доверительные отношения с группой людей не знакомых ни с ним, ни (особенно если это разовые исследования) друг с другом. Важно добиться открытого разговора на темы, которые часто могут быть им неинтересны, неприятны, о которых они не задумываются, или зачастую им просто бывает сложно сформулировать свои мысли. Процессы взаимодействия в группе приходится контролировать, наиболее скромных участников нужно втягивать в разговор, наиболее доминирующих ограничивать, делая это тактично. Необходимо следить за тем, чтобы обсуждение не отклонялось от намеченного направления, замечать ставшие общим местом, или социально желаемые ответы и пробиваться сквозь них к подлинным мнениям участников. Модератору известны действительные цель и задачи исследования, последовательность и формулировка тем, предназначенных к обсуждению. Составляя план исследования методом фокус-групп можно использовать принцип «прямой воронки», подразумевающий переход от более общих вопросов (их задача – побуждение респондентов к разговору) к более узким, специфически раскрывающим тему исследования. Например, при обсуждении рекламного ролика банка сначала есть смысл узнать общие впечатления, первые ассоциации, затем переходить к вопросам относительно отдельных элементов ролика - персонажей, их внешнего вида, прозвучавших фраз и т.д. Существует и принцип «обратной воронки», когда за закрытыми вопросами следуют открытые. Такую последовательность применяют, если исследователя в первую очередь интересуют четкие ответы на конкретные вопросы. Однако модератор должен уметь изменить план исследования, дополнить его, симпровизировать во время

проведения дискуссии, в зависимости от того, что и каким языком говорят респонденты. Дело в том, что план дискуссии отражает исследовательские нужды и логику модератора, в то время как логика принадлежащих другим социальным слоям и профессиональным общностям респондентов может значительно отличаться от представлений как заказчика, так и модератора. В задачу модератора входит уловить эти моменты нестыковок и дать возможность участникам дискуссии высказать то, что они считают важным по данному поводу. В противном случае, исследование может снять лишь слой поверхностной информации и упустить из виду ее значимость, релевантность понятийному строю респондентов. Поэтому при проведении групп и анализе высказываний преимущество отдается личным, основанным на индивидуальном опыте и переживаниях, высказываниям.

Данный метод используют для решения следующих задач:

- для анализа портрета и поведения потребителей;
- для изучения отношения потребителей к финансовым услугам и финансовым компаниям на рынке;
- с целью поиска незанятых ниш и разработка нового продукта;
- для оценки соответствия существующего продукта требованиям рынка.

Достоинства метода фокус-группы:

1. информацию можно получить разнообразную, это связано с участниками группы, их различными представлениями об изучаемом явлении;

2. в ходе дискуссии высказываемая точка зрения одного участника вызывает определенный ассоциативный ряд у другого участника. Информация таким образом возникает подобно снежному кому;

3. при правильном поведении модератора у респондентов появляется желание высказывать свои размышления, чувства;

4. поскольку все участники фокус-группы находятся в одинаковых условиях, они не опасаются показаться неосведомленными, принято говорить о возникающем чувстве безопасности;

5. возможность высказываться в свободной форме влечет за собой спонтанность реакций. Для исследования важно не только то, что они говорят, но и то, о чем умалчивают, какие именно слова и интонации используют, в какой последовательности затрагивают те или иные вопросы - все это субъективно значимо и является дополнительным источником информации;

6. возможность гибкого следования плану исследования позволяет уделить дополнительное внимание отдельным вопросам исследования, это позволяет разрешать возникающие в ходе дискуссии затруднения и ведет к снижению искажений в исследовании;

7. метод фокус-групп позволяет получить информацию быстрее по сравнению с интервью, да и обработать тоже;

8. различия между мнениями респондентов возможно связать с их принадлежностью к определенной социальной группе, профессией, доходом и культурным уровнем;

9. возможность наблюдения за фокус-группой позволяет наблюдать за реальным потребителем финансовых услуг, что дает возможность анализа проблем, эмоций, языка.

К *недостаткам* метода фокус-групп можно отнести:

1. боязнь обсуждать напрямую уровень дохода и некоторые другие темы дающие представление о располагаемых средствах;

2. особенность принятия финансовых решений, это всегда ответственное решение и приводит к нему многофакторный анализ как внешних, так и внутренних факторов, влияющих на риски;

3. представления респондента являются результатом прожитой им жизни, следовательно, особое внимание, зачастую, нужно уделять влиянию биографии индивида на формирование его представлений;

4. давление строгих социальных норм, в этом случае респонденты, скорее всего, будут их озвучивать, даже при неполном разделении подобных представлений;

5. искажение, связанное с давлением группы на индивида, для исследования важнее индивидуальное мнение, не искаженное представлениями других участников, такое искажение становится вполне возможным при недоработке модератора;

6. сложный процесс отбора респондентов в фокус-группу, дополнительные трудности вызывает необходимость физически собрать всех членов группы в одном месте, что становится особенно сложным, если группа состоит из финансистов-профессионалов, а не клиентов;

7. наличие опасности получения размытых данных, в этом случае поставленная цель может быть не реализована в т.ч. из-за субъективности результатов;

8. сама природа качественных методов, связанная с описанием, далеко не всегда полученный результат будет отражать точку зрения всей совокупности;

9. особая нагрузка, лежащая на модераторе, требования к нему создают большие сложности с их поиском.

Признанный авторитет в организации маркетинговых исследований Роберт Дж. Каден дает следующие рекомендации организаторам проведения фокус-групп:

– *Старайтесь подбирать респондентов, однородных по составу.* После того как вы выработали цели исследования, вам следует определить целевых клиентов, существующих или потенциальных, способных предоставить максимальные возможности для роста. Хотите ли вы заставить активных потребителей финансовых услуг тратить у вас еще больше? Превратить потенциальных клиентов в полноценных? Превратить потребителей продукции вашего конкурента в потребителей вашей продукции?

– *Расставьте приоритеты.* Не пытайтесь узнать все, что можно, и обо всех сразу. Когда вы проводите группы среди респондентов, имеющих схожие взгляды, вам гораздо проще получить кристально точное представление о данном целевом сегменте. Когда вы смешиваете целевые сегменты в одной группе, очень трудно определить, оказывали ли взгляды представителей одного сегмента свое влияние на ответы представителей другого

сегмента. Вы можете не получить четкого взгляда на проблему из-за того, что ваши респонденты очень разнятся по образу жизни и демографическим характеристикам, и это не позволяет прийти к каким-либо конкретным выводам.

– Существуют определенные ситуации, когда *совмещение респондентов различных типов в одной группе* может оказаться продуктивным: например, сведение респондентов старшего и младшего возраста, мужчин и женщин, активных и малопокупающих потребителей. Такие группы высказывают широкий спектр не связанных друг с другом взглядов, мнений, отношений и предпочтений, что может быть наилучшим результатом при определенных целях проведения фокус-группы. Просто следует помнить, что при одновременной работе с респондентами из сильно отличающихся друг от друга целевых сегментов гораздо труднее выработать четкое представление о каждом из них в отдельности.

– *Всегда проводите не менее двух фокус-групп одного типа.* Если вы решили, что вам необходимо лучше понять потребительские отношения как активных, так и малопокупающих потребителей, проведите по две группы для каждого типа респондентов. Если вы хотите сфокусироваться на сравнении отношения к товару молодых респондентов и респондентов старшего возраста, проведите по две группы для каждой возрастной категории. Помните: разумнее провести две группы отдельно для каждого типа респондентов, нежели полагаться на мнение одной группы.

– *Даже если респонденты имеют сходные характеристики, это еще не значит, что они*

выказывают одинаковое отношение к товару. В действительности вы должны подготовиться услышать диаметрально противоположные мнения от участников первой и второй групп. Задача, в принципе, состоит в том, чтобы понять, почему респонденты с одинаковыми характеристиками имеют настолько различные мнения. Вы также обнаружите, что первая группа даст вам представление о проблеме в общих чертах. Это позволит получить начальное понятие об отношении потребителей к товару и то, как продуктивнее построить дискуссию. Затем, выстроив надлежащим образом дискуссию со второй группой, вы сможете получить существенно больше информации. Рассмотрев обе группы вместе, вы выработаете глубокое понимание и правильное восприятие существующих проблем.

– Рассмотрите различные места для проведения групп Если вы ведете свой бизнес в ряде территориальных областей, проведите фокус-группы по крайней мере для двух географических регионов. Отношение к товару и его восприятие часто отличаются друг от друга в разных географических зонах, поэтому в исследовании целесообразно представить хотя бы две из них. Если вам покажется, что оценки потребителей различаются по географическому принципу, то, возможно, придется выработать различные маркетинговые подходы, соответствующие этим особенностям [57].

Метод фокус-групп можно классифицировать следующим образом:

по продолжительности, которая зависит от целей и задач конкретного исследования и выборки, выделяют:

А. стандартные группы они часто начинаются с обсуждения опыта использования участниками данного вида финансового продукта, выясняется знакомство и предпочтения. Задача данной стадии обсуждения не только получить информацию, но и создать благоприятные условия для дальнейшей работы, снизить тревожность, вселить уверенность в компетентности респондентов. Далее, согласно, упомянутому принципу «прямой воронки» задают более специфические, узкие вопросы. Такая группа реализуется за полтора – два часа;

Б. проведение коротких групп предполагает работу в течение часа и целью является обсуждение небольшого набора тем;

В. если в рамках одного проекта необходимо собрать данные по образу жизни и устремлениям целевой аудитории, по отношению к тем или иным финансовым товарам или рекламе вообще применяются расширенные групповые дискуссии. Они могут длиться три – четыре часа и позволяют провести большой объем работы.

2. по количеству респондентов принято выделять:

А. стандартную группу, она состоит из шести – двенадцати человек;

Б. мини-группу, которая включает четыре – пять респондентов и дает не только возможность проработать исследуемые вопросы более детально, что роднит её с методом интервью, но и использовать преимущества работы в группе.

3. по количеству и роли модератора:

А. стандартная группа, как правило, работает один модератор, остальные случаи являются исключением;

Б. группа с двумя модераторами. В силу требований при проведении ряда исследований особых финансовых знаний и навыков профессиональный модератор-психолог может не справляться в одиночку с поставленными

задачами. Ряд групповых бесед проходит с участием двух модераторов, чья работа может протекать как в форме сотрудничества, так и в форме внешней конкуренции. В паре сотрудничающих модераторов один отвечает за развитие групповой динамики и плавный ход группы, а второй следит за тем, чтобы были затронуты все содержательные аспекты беседы. Распределение ролей между модераторами полезно, если предметом обсуждения являются вопросы, требующие специальной подготовки и знаний (интервью с финансистами-профессионалами). В другом случае два противоборствующих модератора явно придерживаются противоположных точек зрения и поощряют респондентов рассмотреть обе стороны изучаемого явления.

4. по типу респондентов:

А. стандартная группа может состоять из клиентов коммерческого банка

Б. в зависимости от целей исследования может потребоваться работа с *группой специалистов-финансистов*

Метод фокус-групп есть смысл сочетать с другими методами исследования, как качественный метод он хорошо работает с количественными методами.

1.1.2 Глубинное интервью представляет собой неформальную личную беседу, которую проводят по заранее намеченному плану. Данный метод исследования предусматривает получение от респондента развернутых ответов на вопросы маркетингового исследования. Данный метод применяется для сбора информации о новых концепциях, дизайне, рекламе и других методах продвижения финансового продукта; он помогает лучше разобраться в поведении потребителей, в эмоциональных и личностных аспектах жизни потребителей, в принятии решений на индивидуальном уровне, получить данные об

использовании определенных продуктов. Как правило, реализуют данный метод исследования при осуществлении личного контакта интервьюера и респондента, однако, при необходимости, возможна и телефонная беседа, но в силу понятных причин, она менее эффективна. Глубинное интервью может длиться от тридцати минут до трех - четырех часов в зависимости от задач маркетингового исследования, степени глубины изучения проблемы и особенностей самого респондента. Чаще всего глубинное интервьюирование подразумевает опрос одного человека, но существуют модификации этого метода, когда в беседе принимают участие два или три респондента.

До проведения серии интервью составляют план исследования и структуру беседы, желательно рассмотреть различные, в том числе и нестандартные, варианты ответов респондента, для того, чтобы повести беседу в зависимости от них. Затем отбирают респондентов, в зависимости от цели исследования, и проводят сами интервью. Каждое интервью записывают, на аудио и/или видеоаппаратуру, что позволяет впоследствии создать транскрипт (расшифровать). Затем, результаты обобщают и анализируют.

Метод применяют для решения задач, схожих с задачами фокус-группы, рассмотренными выше, но есть и своя специфика, для которой использование глубинного интервью дает лучшие результаты:

- если тема сложна для обсуждения и требует специфических знаний (интервью с экспертами/профессионалами);
- если необходимо провести интервью с конкурентами (они не будут говорить о предмете исследования в ходе групповых дискуссий);
- если респонденты малочисленны и географически удалены друг от друга (например, в

случае опроса государственных чиновников в различных регионах);

- если обсуждается тема, в которой существуют строгие общественные нормы, и на мнение респондента может повлиять ответ группы

- если респондентами являются ответственные чиновники, очень богатые, и просто очень занятые, люди. Тема беседы, как правило, рациональна и связана с профессиональной деятельностью респондента или его фирмы.

Основным *недостатком* метода является проблема поиска интервьюера, кроме высокой квалификации от него требуются психологические навыки, часто в этом качестве задействуют профессиональных психологов, но тогда проблемой становится отсутствие финансовых знаний. Кроме того глубинное интервью достаточно дорогой метод, это связано и с высокой стоимостью труда интервьюера и с необходимостью стимулировать респондентов, чьи затраты времени весьма значительны.

Достоинства метода глубинных интервью связаны с возможностью получить более полную информацию, позволяющую объяснить поведение респондента, изучить глубинные мотивы такого поведения.

При проведении глубинного интервью прежде всего необходимо добиться благожелательной атмосферы при общении с опрашиваемым. Для этого необходимо, чтобы:

- интервьюер слушал опрашиваемого терпеливо и дружески, но был критически настроенным;

- интервьюер не оказывал давления на опрашиваемого;

- не дискутировал с ним.

- Интервьюер может говорить и спрашивать лишь при определенных условиях:

- чтобы помочь опрашиваемому высказаться;
- чтобы рассеять его беспокойство, которое может помешать установлению контакта между интервьюером и опрашиваемым;
- чтобы вернуть беседу к пропущенному или недостаточно освещенному вопросу.

Интервьюеру желательно быть внимательным как к словесному оформлению, так и к чувствам, заключенным в словах [57, с.118].

1.1.3 Экспертные интервью в финансовом маркетинге является качественным методом исследования призванным изучать сложную проблематику, при этом в качестве респондентов участвуют финансисты-профессионалы, это могут быть сотрудники маркетинговых служб, или любого другого отдела (в зависимости от задач исследования) финансовых компаний, их руководители, специалисты консалтинговых фирм. Особое внимание уделяется отбору экспертов, необходимо оценивать уровень их компетентности. Экспертное интервью во многом сродни глубинному интервью. До проведения серии таких интервью составляется сценарий, в котором оговаривают все вопросы, на которые необходимо получить ответы, на эту работу уходит около недели. Но интервьюер может и изменять порядок и формулировки вопросов, используя разработанный сценарий как схему для беседы с экспертом. Разговор с экспертом, как правило, личный записывают на диктофон, затем кодируется, переписывается в текст. Обычно таким методом узнают мнения до десяти экспертов, затем собранную информацию анализируют. Экспертные интервью проводят с целью:

- понять реально существующую структуру, рынка, факторы на него влияющие, основные риски, тенденции его развития;
- генерирования идей при разработке концепции продукта, коммуникативной стратегии, позиционировании финансовой услуги;
- разработка рекламы, названия, слоганов, логотипов и т.п.

К *достоинствам* экспертного интервью можно отнести:

- получение квалифицированных, развернутых данных по изучаемым вопросам;
- получение информации о труднодостижимых потребителях, мнение эксперта может заменить мнение его клиентов, выход на которых по каким-либо причинам невозможен;
- выявление способа мышления и подхода участников рынка к исследуемому предмету;
- возможность диагностики и формирования прогнозов.

Недостатки, кроме вышеперечисленных, присущие и методу глубинного интервью, можно разделить на две группы:

- первая связана со сложностями поиска и отбора экспертов. Получение согласия эксперта на работу само по себе нелегко, далеко не все они готовы идти на контакт, часто это вызвано самой темой исследования, работает известная притча «Деньги любят тишину», кроме того эксперт часто просто не имеет свободного времени. Можно пытаться мотивировать его предоставлением результатов исследования, другим стимулом может стать публикация со ссылкой на

эксперта. Охотнее интервью дают коллеге. Отдельной проблемой является оценка квалификации эксперта;

– вторая группа проблем определена особыми требованиями, к интервьюеру. Интервьюер должен обладать высоким культурным уровнем, кроме того, он должен уметь мыслить и анализировать информацию самостоятельно, так как интервью проходит в рамках свободной беседы, направление которой может неоднократно меняться. Интервьюер стремится к тому, чтобы общаться с экспертом на равных, а для этого нужно разбираться в теме и знать терминологию, говорить на языке респондента, конечно, интервьюеры не должны знать всего, что знает эксперт, но они должны понимать, о чем он говорит [35, с. 87].

1.1.4 Анализ протокола предполагает помещение респондента в ситуацию принятия решения, при этом он должен словесно описать все факторы и аргументы, которыми он руководствовался при принятии решения. Иногда при применении данного метода используется магнитофон. Затем исследователь анализирует протоколы, представленные респондентами.

Анализ протокола применяется для составления модели принятия решения о покупке. Как правило, этот метод используется при анализе решений:

– принятие которых распределено по времени, - например, при решении о покупке финансовых инструментов, связанных с инвестициями. В этом случае исследователь собирает в единое целое

отдельные решения, принимаемые на отдельных этапах;

– процесс принятия которых очень короток. В этом случае метод анализа протокола, как бы замедляет скорость принятия решения, и дает понять из каких мотивов и факторов выросло такое спонтанное решение.

1.1.5 Наблюдение – это метод, при проведении которого исследователь непосредственно воспринимает и регистрирует все факторы, касающиеся изучаемого объекта, не оказывая воздействия на объект наблюдения. Объектом наблюдения могут быть потребители, находящиеся в процессе выбора, покупки и потребления финансовых продуктов и услуг, их действия и ситуации[34, с. 44].

Проведение наблюдения начинается с определения цели, постановки задач, установления объекта и предмета наблюдения. В зависимости от целей исследования в качестве предмета наблюдения обычно выбирается какая-то одна или ограниченное число сторон деятельности объекта — например, изучается маршрут движения покупателя в отделении банка.

Далее обеспечивается доступ к среде, получение соответствующих разрешений, осуществляются выбор способа наблюдения и разработка его процедуры на основе предварительно собранных материалов.

После разработки плана осуществляются проведение наблюдений, сбор данных, накопление информации.

Необходимо помнить, что в каждый определенный момент человек способен одновременно воспринимать от пяти до десяти дискретных единиц. Если речь идет о достаточно широкой сфере наблюдений, целесообразно

поручить работу нескольким наблюдателям, строго распределив при этом между ними функции.

Наблюдение в финансовом маркетинге может быть направлено на достижение различных целей. Оно может быть использовано как источник информации для построения гипотез, служить для проверки данных, полученных другими методами, с его помощью можно извлечь дополнительные сведения об изучаемом объекте.

Преимущества метода наблюдения связаны с эффективной возможностью получать разведывательную первичную информацию.

Недостатки применения наблюдения в финансовом маркетинге, связаны с наличием большого количества фактов, не поддающихся наблюдению. Кроме того методу присущи и другие недостатки: при прямом наблюдении обычно изучается поведение в определенных условиях малой группы людей следовательно, возникает вопрос о репрезентативности. При этом имеет место субъективное их истолкование полученных данных. Человеческое восприятие ограничено, поэтому исследователь может пропустить, не заметить какие-то важные проявления изучаемой ситуации. Кроме того, надо иметь в виду, что присутствие наблюдателя может оказывать влияние на наблюдаемую ситуацию.

Метод можно рекомендовать для проведения поисковых исследований. При дальнейшем использовании, например количественных методов.

Классифицируют метод наблюдения следующим образом:

– По характеру окружающей обстановки наблюдение может быть *полевым*, что означает, что оно проводится в естественной обстановке (в банке, страховой компании и т.п.), или *лабораторным*, т.е. проводящимся в искусственно созданной ситуации;

– По осведомленности респондентов бывает: *открытое* наблюдение предполагает, что люди знают о том, что за ними наблюдают, например, при проведении специальных экспериментов. Однако присутствие наблюдателей влияет на поведение наблюдаемых, поэтому надо стремиться свести его к минимуму. Для разрешения проблемы используют *скрытое* наблюдение, когда обследуемый не предполагает, что за ним наблюдают. Например, в колл-центре банка могут скрыто наблюдать за тем, насколько работник вежливо и профессионально отвечает потенциальным клиентам банка по телефону.

1.1.6 Эксперимент представляет собой исследования влияния одного фактора на другой, при одновременном контроле других факторов. В ходе эксперимента исследователь активно вмешивается в процесс появления данных, поскольку манипулирует воздействием отдельного фактора с целью выявления его влияния на состояние исследуемого объекта. Таким образом, на основе изолированных изменений переменных осуществляется проверка причинно-следственных связей между событиями. Поскольку эксперимент является практической деятельностью, его результаты применимы в качестве критерия при обосновании маркетинговых решений по выведению новых или усовершенствованных товаров, по ценообразованию, рекламным обращениям и другим мероприятиям по формированию спроса на конкретный товар, услугу и стимулированию сбыта на конкретном рынке.

Можно выделить такие особенности проведения метода эксперимента:

– изменению подвергается только одна независимая переменная, состояние остальных переменных фиксируется;

– внешние условия проведения эксперимента должны быть стабильными;

– период проведения эксперимента должен быть достаточным для получения достоверных результатов.

Можно классифицировать метод эксперимента:

– *Реальные* эксперименты - проводятся на реально существующих объектах. Преимуществом этой формы эксперимента является естественная обстановка, к которой привыкли участники эксперимента, следовательно, на их поведении не отражается повышенное внимание исследователей к изучаемым реакциям на экспериментальное воздействие. Недостатком реальных экспериментов стали их дороговизна и длительность, а также сильная зависимость от стабильности внешних условий. Например, в период эксперимента по изучению реакции потребителей на снижение цены конкуренты могут провести аналогичную акцию, что исказит результаты эксперимента.

– *Имитационные* эксперименты - проводятся на основе компьютерного моделирования объекта. Например, на основе информации о реакции потребителей на новый товар строится модель планируемого мероприятия. Результатом имитационного эксперимента становится наиболее вероятный объем продаж изучаемого товара. Имитационные эксперименты требуют гораздо меньше времени и средств, чем реальные; они конфиденциальны - и это несомненное достоинство. Недостатки же кроются в ограниченности модели (результаты зависят от заложенных в модель исходных данных) и ограниченности сферы применения (эксперимент возможен лишь при хорошо изученном процессе для построения модели;

природа процесса допускает формализацию и количественное выражение).

– В *лабораторном* эксперименте экспериментальная обстановка, а часто и сами экспериментальные группы формируются искусственно, чтобы имелась возможность фиксировать одни переменные и манипулировать другими. Однако преимущества лабораторного эксперимента оборачиваются его недостатками, поскольку искусственно созданная ситуация может значительно отличаться от реальных условий, а потому и результаты могут быть искаженными. Одним из источников ошибок лабораторных экспериментов становится осведомленность участников о том, что они присутствуют на эксперименте. В этом случае может проявляться эффект наблюдения.

– *Полевые* эксперименты проводятся в естественных условиях, например на территории банка. Воздействие изучаемого фактора обусловлено естественным ходом событий. При этом участники эксперимента могут быть осведомлены или не осведомлены о том, что они участвуют в эксперименте. Решение о степени осведомленности участников (введения в курс дела) принимается с учетом возможного негативного влияния такой осведомленности на результаты эксперимента. Важно учитывать также, что открытость полевого эксперимента влечет снижение его конфиденциальности и, наоборот, возрастание пристального внимания конкурентов. Проведение полевых экспериментов сопряжено с большими затратами времени и средств; при их проведении сложно контролировать влияние посторонних факторов. Зачастую полевые эксперименты называют пробным маркетингом или тестированием рынка. В зависимости от масштаба деятельности финансовая компания выбирает регион или отдельный

город (отделения филиальной сети банка) и организует пробные продажи через контролируемые каналы сбыта.

К *достоинствам* метода относится:

- возможность изучить причинно-следственные связи между событиями;
- высокая объективность, поскольку результаты эксперимента - это фактически произошедшие события;
- возможность проверить эффективность принятых маркетинговых решений, особенно по новым товарам (пробный маркетинг);
- возможность контролировать окружающую обстановку.

Основные *недостатки*:

- вероятностное утверждение насчет силы и характера влияния конкретной независимой переменной на зависимую переменную;
- неуверенность в применимости результатов эксперимента для других условий среды;
- наличие временного лага (периода времени) между завершением эксперимента и принятием маркетинговых решений;
- затрудненность в нивелировании влияния посторонних факторов;
- высокие временные и финансовые затраты;
- высокий уровень риска.

Таким образом, мы рассмотрели основные качественные методы в первичных маркетинговых исследованиях финансового рынка.

1.2 Количественные исследования, представляют собой основной инструмент, использующийся в финансовом маркетинге, при наличии сформированных гипотез. В основе методик количественных исследований лежат четкие математические и статистические модели, что позволяет в результате иметь не мнения и предположения, а точные количественные значения изучаемых показателей. На основе результатов количественных исследований можно рассчитывать рентабельность, формировать цену, параметры продукта, находить незанятые ниши рынка и многое другое. Основная заслуга количественных исследований в том, что они снижают риск принятия неправильных решений и выбора неточных параметров планирования. Уверенность в том, что и без исследований все известно о рынке, часто оборачивается недостаточно продуманными и недостаточно эффективными действиями на рынке и напоминает метод проб и ошибок. Количественные исследования позволяют оценить численные значения:

- емкости рынка и структуры предложения и спроса;
- объемов продаж финансовых услуг потенциальных конкурентов;
- перспектив развития продукта;
- эффективности различных направлений деятельности финансовых компаний по поддержке и продвижению продукта;
- направлений развития продуктового портфеля и отдельных его составляющих;
- эффективности рекламной деятельности;
- эффективности работы филиальной сети;

- реакции потребителей на возможные маркетинговые действия производителя.

Количественные методы получения первичной информации при проведении исследований в финансовом маркетинге включают:

- опросы, они подразделяются на анкетирование и интервьюирование;
- mix-методики.

Рассмотрим вышеперечисленные группы количественных методов более подробно.

1.2.1 Опросы представляют собой взаимодействие исследователей с респондентами. Технологически они представляют собой сбор первичной информации путем обращения к людям с вопросами, для получения сведений об их предпочтениях, привычках, мотивации об уровне их знаний, о том, как они относятся к тому, или иному продукту, а также о процессе принятия решения о выборе определенного финансового института. Опрос может быть разовым, или систематическим.

Если опрос проходит в письменной форме, он представляет собой *анкетирование*, именно этот метод нашел наибольшее распространение. Значительная работа происходит на стадии составления анкеты. Для составления анкеты необходимо учесть то, каким образом респондент будет реагировать на форму вопросов, при необходимости их скорректировать и предоставить ему возможность недвусмысленного ответа.

Весь текст анкеты, вне зависимости от целей исследования содержит следующие разделы: *Введение*, где указываются цели опроса и сведения об опрашиваемой организации, приводится ее адрес. *Перечень вопросов, характеризующих предмет опроса*. Число вопросов не должно быть чрезмерно большим, в противном случае опрашиваемый может не пожелать заполнять анкету,

кроме того, лишние вопросы удорожают обследование. Необходимо найти разумный компромисс между желанием сделать анкету максимально полной и реальной возможностью получить ответы. *Сведения об опрашиваемых* или так называемая паспортичка. Здесь нужно проявить особый такт и умение формулировать вопросы. Некоторые вопросы могут вызвать негативное отношение респондентов. Данные об экономическом, социальном и демографическом положении опрашиваемых часто необходимы для последующей стратификации совокупности, выявления некоторых закономерностей и связей, оценки влияния факторов и т.п. Практика показала, что люди болезненно реагируют на прямой вопрос об их доходах, но более охотно сообщают, к какой группе населения по уровню материальной обеспеченности они себя относят. Обязательно подчеркиваются анонимность опроса и строгая достоверность ответа, охраняемые законом. Так, как ошибки и неточности, допущенные при составлении анкеты, уже нельзя будет исправить, на данной стадии можно рекомендовать проведение пилотного исследования, цель которого заключается в уточнении формулировок вопросов и ответов, возможном добавлении открытых вопросов и т.д., после этого анкета выпускается в тираж. Пилотный опрос имеет смысл проводить одновременно двум интервьюерам, под диктофонную запись, причем желательно, что бы интервьюеры были бы разработчиками анкеты.

Отдельным этапом проведения опроса является формирование выборки, этот вопрос рассмотрен в нашем учебном пособии.

Далее проводят инструктаж интервьюеров в ходе, которого объясняют цель и задачи исследования, выборку, место опроса, особенности построения анкеты и т.д.

Следующий этап подразумевает проведение самого опроса, проверяется качество полученных данных.

Полученную в ходе реализации анкетирования информацию обрабатывают и анализируют.

Последним этапом является составление отчета.

Анкетирование может быть электронным, тогда, используют компьютер. Анкета может распространяться через прессу, по почте (с предварительного согласия респондента). Однако наиболее эффективным является так называемый раздаточный опрос, когда интервьюер вручает анкету и ждет, когда она будет заполнена: только в этом случае можно гарантировать возвращение анкеты. В ходе опроса с помощью заранее подготовленных вопросов происходит систематический сбор первичной информации от всех опрошиваемых, являются ли они покупателями определенного финансового товара, услуги, или нет.

Интервьюирование представляет собой форму опроса, при которой респондент высказывается устно, интервьюер может записывать ответы на диктофон, или фиксировать их письменно. Интервью отличается большей точностью, трудоемкостью, значительными затратами времени и необходимостью специальной подготовки интервьюеров. Иногда приходится составлять специальные памятки по проведению интервьюирования. При этом интервью позволяет использовать в ходе исследования длинные сложные опросные листы с большим количеством вопросов.

Технология проведения может применяться различная:

- *личная беседа* подразумевает прямой контакт с респондентом;
- *телефонный опрос* дешевле, быстрее и менее трудоемок.

Однако его применение ограничено проблемами с соблюдением выборочной совокупности (трубку берет тот,

кто дома, а не тот, кто нужен). Кроме того возникает проблема честности респондента. Применяют данный метод при исследовании рынка, в частности, отношения покупателей к услуге, финансовой компании, а также соответствия товара требованиям рынка, а также при исследовании каналов распределения, а также мотивации участников этих каналов

Методам опроса присущи следующие достоинства.

- высокий уровень стандартизации, обусловленный тем, что всем респондентам задаются одни и те же вопросы с одинаковыми вариантами ответов на них;

- легкость реализации заключается в том, что респондентов посещать не обязательно, передавая им вопросники по почте или по телефону; не нужно использовать технические средства и привлекать высококвалифицированных профессионалов, как в случае использования метода фокус-группы, глубинного интервью и т.п.;

- возможность проведения глубокого анализа заключается в задании последовательных уточняющих вопросов. Например, работающих матерей спрашивают, насколько важным был учет местоположения школы при ее выборе для их детей. Далее задается вопрос относительно того, сколько школ рассматривалось в качестве возможных вариантов. Затем задаются вопросы, касающиеся рода занятий, особенностей работы, дохода, размера семьи;

- возможность табулирования и

проведения статистического анализа заключается в использовании методов математической статистики и соответствующих пакетов прикладных программ для персональных компьютеров;

– возможность анализировать полученные результаты применительно к конкретным рыночным сегментам обусловлена возможностью подразделить общую выборку на отдельные подвыборки в соответствии с демографическими и другими критериями [44].

Основные недостатки данной группы методов связаны с:

- высокой стоимостью;
- возможным влиянием на респондента интервьюера;
- необходимостью задействовать целую команду квалифицированных интервьюеров;
- необходимостью и возможностями контроля работы интервьюеров.

1.2.2 Мик-методики представляют собой сочетание количественных и качественных методов финансового маркетинга. Они обычно охватывают существенную группу потребителей, основаны на представительной выборке, но вместе с тем позволяют оценить мнения, оценки потребителей, мотивы их поведения. Они часто применяются в случаях, когда необходимо выяснить мнение потребителя о качестве продукции, получить информацию о том, реализовались ли его ожидания от тестируемого продукта.

Холл-тесты являются разновидностью личных интервью и в финансовом маркетинге могут быть использованы для изучения рекламы. Первым этапом

происходит просмотр рекламных материалов, затем в отдельном помещении заполняется фильтрационный блок анкеты, отдельные помещения используют и для третьего этапа – проведения интервью для того, чтобы респонденты не могли оказывать влияния друг на друга. Интервью проходит в режиме структурированной беседы. Предметами тестирования могут являться постеры, рекламные модули, видеоролики и т.п., изучают воздействие их на аудиторию. Респондентам предоставляется возможность выразить свою реакцию на тестируемый материал и объяснить причину своей реакции. Возможно также использование данного метода для исследования реакции на изменение цен на различные банковские и страховые продукты.

Преимущества метода холл-теста:

- возможность использования специальной аппаратуры (например, теле-видео) для демонстрации рекламного материала;
- простота проверки работы интервьюера;
- относительная быстрота проведения исследования, связанная с возможностью проведения нескольких интервью в одном помещении, в таком случае есть смысл оборудовать его перегородками.

К недостаткам холл-теста относят:

- неслучайность выборки;
- метод достаточно трудоемкий.

Таинственный покупатель, или мистери шоппинг представляет собой разновидность mix-методик, позволяющую оценить условия предоставления финансовых услуг и качество работы персонала,

обслуживающего клиентов. Под видом покупателя в операционный зал финансовой компании приходит специально подготовленный человек. Он общается с консультантом, задавая ему вопросы по заранее разработанному сценарию. Сценарий учитывает все интересующие аспекты деятельности компании: качество работы обслуживающего персонала, уровень цен, предлагаемые услуги, программы, месторасположение и интерьер офиса и т. д. Объем выборки может сильно варьироваться в зависимости от исследовательской задачи, степени глубины исследуемой проблемы, количества фирм-конкурентов и т.п. На основе результатов исследования таинственный покупатель строятся модели рыночных преимуществ и недостатков участника финансового рынка по сравнению с конкурентами, а также анализируется конкурентная среда.

Достоинства метода заключаются в:

- возможности проверить реально существующие методы деятельности финансовой компании;
- оценить работу компании с точки зрения клиента;
- секретности и неожиданности проверки.

В качестве *недостатков* можно указать:

- высокую стоимость исследования;
- значительное влияние личности интервьюера на слабо формализуемые данные (открытые опросы, косвенные оценки).

2. *Вторичные исследования*, или кабинетные исследования в финансовом маркетинге представляют собой исследование различной уже существующей

информации. В данном учебном пособии уже было уделено внимание классификации информации. Здесь напомним, что она может быть внутренней по отношению к изучаемой финансовой компании и внешней. Источники информации выбирают в зависимости от целей исследования, но сами данные, представляют собой информацию собранную ранее для целей, отличных от целей конкретного маркетингового исследования.

Достоинства использования вторичного исследования:

- низкая стоимость;
- возможность использования и сопоставления информации нескольких источников, что повышает достоверность исследования;
- малые сроки исследования по сравнению с первичным.

Недостатками являются:

- неполнота информации, определяемая не полным соответствием располагаемой информации целям исследования;
- устареваемость таких данных к тому моменту, когда их только отобрали;
- не всегда прозрачна методология сбора и обработки информации;
- проблема оценки достоверности отобранных данных, а следовательно и нашего исследования.

Исследования, выполненные на основе вторичной информации, как правило, являются предварительными (обзорными) и носят описательный или постановочный характер.

Для проведения достоверного исследования в финансовом маркетинге можно рекомендовать

использование вторичного метода получения информации на этапе формирования гипотез, а далее переходить к первичным методам, как наиболее соответствующим целям конкретного исследования.

ГЛОССАРИЙ

АВАЛИРОВАНИЕ ВЕКСЕЛЯ – выдача авалья – гарантии платежа по векселю.

АВАЛЬ – гарантия платежа по векселю.

АККРЕДИТИВ – это поручение банка покупателя банку поставщика об оплате поставщику товаров и услуг на условиях, предусмотренных в аккредитивном заявлении покупателя, против представленных поставщиком соответствующих документов.

АККРЕДИТИВ непокрытый (гарантированный) – это аккредитив, по которому платежи поставщику гарантируются банком.

АККРЕДИТИВ ПОКРЫТЫЙ (ДЕПОНИРОВАННЫЙ) – это аккредитив, при котором плательщик предварительно депонирует деньги для расчетов с поставщиком.

АКТИВНЫЕ ОПЕРАЦИИ – это операции по размещению банковских ресурсов.

АКЦЕПТОВАНИЕ ВЕКСЕЛЯ – согласие оплатить вексель за векселедателя.

АКЦЕПТ - согласие на оплату.

АЛЛОНЖ – дополнительный лист к векселю для нанесения индоссаментов и авалей.

АНТИИНФЛЯЦИОННАЯ ПОЛИТИКА – комплекс мероприятий по государственному регулированию национальной экономики, направленный на борьбу с инфляцией.

БАНКОВСКИЕ РЕСУРСЫ - совокупность всех денежных средств, находящихся в распоряжении банка и используемых им для проведения кредитных и других операций.

БИМЕТАЛЛИЗМ – денежная система, при которой роль всеобщего эквивалента выполняют монеты из двух металлов.

ВЕКСЕЛЬ КОММЕРЧЕСКИЙ – возникший на основе сделки купли-продажи товарной массы в кредит.

ВЕКСЕЛЬ ПРОСТОЙ (СОЛО) – письменное долговое обязательство строго установленной законом формы, дающее его владельцу (векселедержателю) беспорное право требовать от векселедателя уплаты указанной суммы в указанный срок.

ВЕКСЕЛЬ ПЕРЕВОДНОЙ (ТРАТТА) – письменный приказ кредитора – векселедателя (трассанта) своему должнику (трассату) уплатить третьему лицу – ремитенту указанную сумму в указанный срок.

ВЕКСЕЛЬ ФИНАНСОВЫЙ – опосредует движение денежного капитала.

ДВАЛЬВАЦИЯ (РЕВАЛЬВАЦИЯ) – снижение (повышение) покупательной способности денежной единицы.

ДЕМОНЕТИЗАЦИЯ ЗОЛОТА – процесс постепенной утраты золотом денежных функций.

ДЕНЕЖНАЯ МАССА – совокупный объем покупательных и платежных средств, обслуживающих хозяйственный оборот, и принадлежащих частным лицам и государству.

ДЕНЕЖНАЯ СИСТЕМА – форма организации денежного обращения в стране, сложившаяся исторически и закрепленная национальным законодательством.

ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ – движение денег во внутреннем обороте страны в наличной и безналичной формах, обслуживающее реализацию товаров, работ, услуг и нетоварные платежи в хозяйстве.

ДЕНЬГИ – товар особого рода, выражающий стоимость всех других товаров и служащий всеобщим эквивалентом.

ДЕНЬГИ БЕЗНАЛИЧНЫЕ – существуют в форме записей на банковских счетах.

ДЕНЬГИ БУМАЖНЫЕ – знаки стоимости, наделенные принудительным номиналом, обычно неразменные на металл; исторически возникли как знаки золота и серебра.

ДЕНЬГИ ИДЕАЛЬНЫЕ – мысленно представляемые деньги.

ДЕНЬГИ КРЕДИТНЫЕ – знаки стоимости, возникшие взамен полноценных денег на основе кредита.

ДЕНЬГИ НАЛИЧНЫЕ – из металла и из бумаги, передаются из рук в руки в натуральной форме.

ДЕНЬГИ НЕПОЛНОЦЕННЫЕ - это деньги, у которых номинальная и реальная стоимость не совпадают.

ДЕНЬГИ ПОЛНОЦЕННЫЕ – это деньги, у которых номинальная и реальная стоимость совпадают.

ДЕНЬГИ РЕАЛЬНЫЕ – это деньги в наличной и безналичной форме, которые можно обменять на реальные блага.

ДЕНОМИНАЦИЯ – разновидность денежной реформы, заключающаяся в укрупнении покупательной способности денежной единицы и денежных знаков путем обмена по установленному соотношению денежных знаков старого образца на денежные знаки нового образца.

ДЕПОЗИТ - это экономические отношения по поводу передачи средств клиента во временное пользование банка.

ДЕФЛЯЦИОННАЯ ПОЛИТИКА – совокупность регулирующих мероприятий государства в области государственных финансов и в денежно-кредитной сфере, направленных на сдерживание роста денежной массы.

ДОМИЦИЛИЯЦИЯ ВЕКСЕЛЯ – оплата по поручению клиента – плательщика по векселю поступающих на него векселей.

ИНДОССАМЕНТ – передаточная надпись на векселе.

ИНДОССАНТ – лицо, передающее вексель по индоссаменту.

ИНДОССАТ – лицо, получающее вексель по индоссаменту.

ИНКАССИРОВАНИЕ ВЕКСЕЛЯ – получение по поручению клиента – векселедержателя причитающихся ему платежей по векселю.

ИНФЛЯЦИЯ ГЛОБАЛЬНАЯ – развивается в нескольких странах одновременно, охватывает экономические регионы или мировое хозяйство в целом.

ИНФЛЯЦИЯ – это переполнение каналов денежного обращения необеспеченной денежной массой, ведущей к росту цен и снижению покупательной способности денежной единицы.

ИНФЛЯЦИЯ ЛОКАЛЬНАЯ – развивается в рамках одной страны, национальной денежной системы.

ИНФЛЯЦИЯ ОТКРЫТАЯ – проявляется в росте цен.

ИНФЛЯЦИЯ ПОДАВЛЕННАЯ – проявляется в товарном дефиците при стабильности цен.

КРЕДИТ – форма движения ссудного капитала; совокупность экономических отношений, связанных с перераспределением временно свободных денежных средств на принципах срочности, возвратности, платности.

МОНЕТА – денежный знак, изготовленный из металла, имеющий установленные законом форму, весовое содержание, внешний вид.

МОНЕТА БИЛОННАЯ – неполноценная монета.

МОНЕТНЫЙ УСТАВ – правила чеканки монет.

МОНОМЕТАЛЛИЗМ – денежная система, при которой роль всеобщего эквивалента выполняют монеты из одного металла.

НУЛЛИФИКАЦИЯ – денежная реформа, при которой государство объявляет обесценившиеся деньги недействительными и вводит новые деньги.

ОБОРОТ НАЛИЧНЫЙ – движение наличных денег.

ОБОРОТ БЕЗНАЛИЧНЫЙ – движение безналичных денег.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ РЕЗЕРВЫ – часть вкладов (депозитов), которую коммерческий банк обязан отдать на хранение в центральный банк, на беспроцентные счета.

СТОИМОСТЬ ДЕНЕГ НОМИНАЛЬНАЯ – это номинал, указанный на денежном знаке.

СТОИМОСТЬ ДЕНЕГ РЕАЛЬНАЯ – это совокупность затрат на производство денежного знака.

ССУДНЫЙ КАПИТАЛ – совокупность денежных средств, передаваемый на возвратной основе во временное пользование за плату в форме процента.

ССУДНЫЙ ПРОЦЕНТ – плата заемщика кредитору за пользование предоставленными деньгами.

ПАССИВНЫЕ ОПЕРАЦИИ – это операции по привлечению средств и формированию ресурсов.

ПЛАТЕЖНОЕ ПОРУЧЕНИЕ – письменное распоряжение владельца счета банку о перечислении определенной денежной суммы с его счета на счет другого предприятия.

ПОЛИТИКА ДОХОДОВ – параллельный контроль государства над ценами и доходами.

ПРОЦЕНТНЫЙ ДЕМПИНГ – политика, которая заключается в поддержании наиболее выгодных для клиента цен на кредитном рынке, иногда в убыток устанавливающему, с целью последующей монополизации рынка.

РЕМИССИЯ – изъятие денег из обращения.

РЕФОРМА ДЕНЕЖНАЯ – полное или частичное преобразование национальной денежной системы, проводимое государством с целью упорядочения и укрепления денежного обращения.

СЧЕТ КОРРЕСПОНДЕНТСКИЙ – счет одного банка в другом банке.

СЧЕТ КОРРЕСПОНДЕНТСКИЙ НОСТРО – счет нашего банка в другом банке.

СЧЕТ КОРРЕСПОНДЕНТСКИЙ ЛОРО – счет чужого банка в нашем банке.

УЧЕТ ВЕКСЕЛЯ БАНКОМ – покупка векселя банком у векселедержателя до даты платежа по векселю по цене, равной разности номинала и суммы дисконта.

ФАКТОРИНГ - инкассирование дебиторских счетов клиента и получение причитающихся в пользу клиента платежей.

ЧЕК – письменный приказ владельца счета банку уплатить наличными или перевести на счет другого лица указанную в чеке сумму.

ЧЕКАНКА ОТКРЫТАЯ – на любом монетном дворе из металла любого лица.

ЧЕКАНКА ЗАКРЫТАЯ – на государственном монетном дворе из металла государства.

ЭМИССИЯ ДЕНЕЖНАЯ – выпуск денег в обращение, увеличивающий объем денежной массы.

ЭМИССИЯ ФИДУЦИАРНАЯ – выпуск денег без золотого обеспечения, или необеспеченная эмиссия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ.
2. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02 декабря 1990 № 395-1.
3. Федеральный закон «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг» от 4 июня 2018 г. № 123-ФЗ.
4. Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ.
5. Федеральный закон «О клиринге, клиринговой деятельности и центральном контрагенте» от 07 февраля 2011 № 7-ФЗ.
6. Федеральный закон «О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам» от 03 декабря 2012 № 230-ФЗ.
7. Федеральный закон «О кредитных историях» от 30 декабря 2004 № 218-ФЗ.
8. Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21 декабря 2013 № 353-ФЗ.
9. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27 июня 2011 № 161-ФЗ.
10. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 года № 127-ФЗ.
11. Федеральный закон «О противодействии коррупции» от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ.
12. Федеральный закон «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» от 23.12.2003 № 177-ФЗ.

13. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ.
14. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29 октября 1998 № 164-ФЗ.
15. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ.
16. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 2 декабря 1990 г. № 394-1.
17. Положение «О Комитете банковского надзора Банка России» (утв. Советом директоров Банка России от 29 марта 2018г. протокол № КБН-2018).
18. Положение Банка России «Положение о территориальных учреждениях Банка России» от 11 апреля 2016 г. № 538-П.
19. Положение Банка России «О платежной системе Банка России» от 24 сентября 2020 № 732-П.
20. Положение Банка России «О порядке ведения кассовых операций и правилах хранения, перевозки и инкассации банкнот и монеты Банка России в кредитных организациях на территории Российской Федерации» от 29 января 2018 г. № 630-П.
21. Положение Банка России «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности» от 28 июня 2017 № 590-П.
22. Положение Банка России «О правилах осуществления перевода денежных средств» от 19 июня 2012 г. № 383-П.
23. Инструкция Банка России «Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам

- достаточности капитала банков с универсальной лицензией» от 29 ноября 2017 № 199-И.
24. Агеева, Н. А. Деньги, кредит, банки : учебное пособие / Н.А. Агеева. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 155 с.
 25. Алешин, В. А. Финансовый маркетинг: учебное пособие / В.А. Алешин, А.И. Зотова, Д.А. Шевченко. - Ростов н/Д: Издательство ЮФУ, 2011. - 158 с.
 26. Алиев, Б. Х. Деньги, кредит, банки : учеб. пособие / Б.Х. Алиев, С.К. Идрисова, Д.А. Рабаданова. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 288 с.
 27. Архангельская, И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / И.Б. Архангельская, Л.Г. Мезина, А.С. Архангельская. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 171 с.
 28. Банковское дело. В 2 ч. Часть 1. Учебник и практикум для СПО / под ред. В.А. Боровковой. - 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019 - 390с. СТР. 66-114
 29. Банковское дело : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. Г. Г. Коробовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2019. - 592 с.
 30. Белотелова, Н. П. Деньги. Кредит. Банки : учебник / Н. П. Белотелова, Ж. С. Белотелова. - 6-е изд., перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 380 с.
 31. Букирь М.Я. Кредитная работа в банке: методология и учет. – М.: КНОРУС, ЦИПСИР. 2012. 240 с.
 32. Деньги, кредит, банки : учебник / А. Ю. Анисимов, Ю. Ю. Костюхин, Д. Ю. Савон [и др.]. - Москва : Изд. Дом НИТУ «МИСиС», 2018. - 293 с.

33. Звонова, Е. А. Деньги, кредит, банки : учебник / под ред. Е.А. Звоновой. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 592 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).
34. Золотковский, Ю. С. Банковский маркетинг: Учебное пособие / Золотковский Ю.С. - Минск :РИПО, 2015. - 234 с.
35. Иванова, В. А. Исследования в маркетинге и рекламе : учебное пособие / В. А. Иванова. - Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. - 114 с.
36. Казимагомедов, А. А. Банковское дело: организация деятельности центрального банка и коммерческого банка, небанковских организаций : учебник / А.А. Казимагомедов. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 502 с.
37. Казимагомедов, А. А. Деньги, кредит, банки : учебник / А.А. Казимагомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 483 с.
38. Калинин, Н. В. Деньги. Кредит. Банки : учебник для бакалавров / Н. В. Калинин, Л. В. Матраева, В. Н. Денисов. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 304 с.
39. Качанова Е.А., Красногор В.Б. Методология оценки целей деятельности и функций центрального банка РФ [Электронный ресурс] // Вопросы управления. 2013. № 2. URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2013/02/05/>
40. Лавришко А.С. Модернизация продуктов и бизнес-процессов банковского кредитования физических лиц. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Режим доступа: [http://www.fa.ru/org/div/uank/autorefs/dissertations/%D0%9B%D0%B0%D0%B2%D1%80%D0%B8%D1%88%D0%BA%D0%BE%20%D0%90%D0%A1.%20\(06.03.2020\)%20%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81](http://www.fa.ru/org/div/uank/autorefs/dissertations/%D0%9B%D0%B0%D0%B2%D1%80%D0%B8%D1%88%D0%BA%D0%BE%20%D0%90%D0%A1.%20(06.03.2020)%20%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81)

[%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf](#). Дата обращения: 19.05.2021.

41. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 589 с.
42. Маркетинг : учеб. пособие / Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко, О.С. Веремеенко, О.Г. Алёшина. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 380 с.
43. Миллер, Р. Л. Современные деньги и банковское дело [Электронный ресурс] / Р. Л. Миллер, Д. Д. Ван-Хуз ; пер. с англ. - Москва : ИНФРА-М, 2000. - XXIV, 856 с.
44. Музыкант, В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : Инфра-М, 2019. - 216 с.
45. Наточеева, Н. Н. Банковское дело : учебное пособие для бакалавров / Н. Н. Наточеева, Э. И. Абдюкова. - 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К"», 2019. - 158 с.
46. Николаева, Т. П. Банковский маркетинг: российский и зарубежный опыт : учебное пособие / Т. П. Николаева. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2021. - 187 с.
47. Николаева, Т. П. Деньги, кредит, банки : учебное пособие / Т. П. Николаева. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 377 с.
48. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2021 г. и период 2022 и 2023 гг. Режим доступа: https://www.cbr.ru/about_br/publ/ondkp/on_2021_2023/. Дата обращения: 19.05.2021.

49. Пол А. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус.
Экономика: Пер. с англ. — М. : «БИНОМ»,
«Лаборатория Базовых Знаний», 1997. — 800 с.
50. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что
должен знать маркетинговый аналитик : учебное
пособие. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 288 с.
51. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник
/ В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 237
с.
52. Стародубцева, Е. Б. Банковское дело : учебник/ Е.Б.
Стародубцева. — М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М,
2018. —464 с.
53. Тавасиев, А. М. Банковское дело: словарь
официальных терминов с комментариями / А. М.
Тавасиев, Н. К. Алексеев. - 3-е изд., стер. - Москва :
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,
2019. - 652 с.
54. Урясьева, Т. И. Инвестиционные риски в
маркетинге: Учебное пособие / Т.И. Урясьева. - М.:
Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 128 с.
55. Фетисов Г. Г., Лаврушин О. И., Мамонова И. Д.
Организация деятельности центрального банка :
учебник / под общ. ред. Г.Г. Фетисова. М.: КноРус,
2016. С.400.
56. Финансовый словарь Финнам. – Режим доступа:
<https://www.finam.ru/dictionary>
57. Черенков, В. И. Глобальная маркетинговая среда:
опыт концептуальной интеграции : монография /
В.И. Черенков. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 362
с.
58. Чернецов, С. А. Деньги, кредит, банки: учеб.
пособие / Чернецов С.А. - М.:Магистр, 2019. - 494 с.
59. Юдина, А.И. Инновационный менеджмент и
маркетинг организаций сферы культуры: оценка

качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) выпускника «магистр» / А.И. Юдина. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. - 127 с.

60. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности - 3-е изд., испр. — Москва: Омега-Л, 2007, с.55.

Учебное пособие

Панова Анастасия Юрьевна,
доцент, кандидат экономических наук;
Семенова Юлия Евгеньевна,
доцент, кандидат экономических наук;
Грибановская Светлана Викторовна,
старший преподаватель

ДЕНЬГИ, КРЕДИТ, БАНКИ

Печатается в авторской редакции.

Подписано в печать 08.06.2021. Формат 60×90 1/16.
Гарнитура Times New Roman. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 13,25. Тираж 30 экз. Заказ № 1098.
РГГМУ, 192007, Санкт-Петербург, Воронежская, 79.