Профессиональное образовательное учреждение
«КОЛЛЕДЖ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ»

Работа к защите допущена
Зам. директора по УПР
_____ /Ниятбеков Т.И./
«____»_____20 __г.

Специальность: Банковское дело
Квалификация: Специалист по банковскому делу

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема: Совершенствование обслуживания юридических лиц в коммерческом банке (на примере ПАО Сбербанк)

Выпускник: Садукова Ольга Викторовна
Группа №: БД–41–17–9/11
Руководитель работы_____ / Зубов Я.О. /
«_____» _____ 2020 г.

Рецензент _____
/_____/

«_____» _____ 2020 г.

Оценка _____

Москва, 2020

Профессиональное образовательное учреждение
«КОЛЛЕДЖ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ»

109316, г. Москва, Волгоградский пр-т, д.42, кор.7, тел. (495) 640 64 36, тел./факс (495) 640 64 60

Согласовано
Зам. директора по УПР
_____ /Ниятбеков Т.И./
«____»_____20 ___г.

ЗАДАНИЕ
для выпускной квалификационной работы

Обучающийся Садукова Ольга Викторовна
(фамилия, имя, отчество)
Группа БД-41-17-9/11
Специальность Банковское дело
Квалификация специалист по банковскому делу

Тема: Совершенствование обслуживания юридических лиц в коммерческом банке (на примере ПАО Сбербанк)

Дата выдачи работы: «24» декабря 2019 г.
Срок сдачи работы: «10» июня 2020 г.

Перечень вопросов, подлежащих разработке (исследованию):

1. Теоретическая характеристика системы обслуживания юридических лиц в коммерческом банке.
2. Система организации и характеристика системы обслуживания в ПАО «Сбербанк».
3. Направления и перспективы развития системы обслуживания юридических лиц в ПАО «Сбербанк».

В выпускную письменную экзаменационную работу включаются:

1. Введение.
2. Теоретическая часть (Методика обслуживания юридических лиц в банке).

2.1. Нормативно – правовое регулирование обслуживания юридических лиц в банке;

2.2. Виды услуг, предоста юридическим лицам;

2.3. Показатели эффективности обслуживания юридических лиц.

3. Экспериментальная (практическая) часть (Оценка эффективности обслуживания юридических лиц ПАО «Сбербанк»).

3.1. Анализ экономических и финансовых показателей деятельности банка;

3.2. Анализ эффективности обслуживания юридических лиц;

3.3. Основные направления совершенствования системы обслуживания юридических лиц.

4. Заключение.

5. Список использованных источников.

6. Приложения.

Литература

1. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / В.А. Галанов. — 2-е изд. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. — 414 с Режим доступа [http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=889654]

2. Климович В.П. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / В.П. Климович. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2017. — 336 с Режим доступа [http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=702828]

3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошевая. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 288 с. Режим доступа [http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484739]

4. Финансы организаций: учебник / А.М. Фридман. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 202 с. Режим доступа [http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=556548]

5. Банковское дело: учебник / О.И.Лаврушин, И.Д.Мамонова, Н.И.Валенцева [и др.]; под ред. засл. деят. науки РФ, д-ра экон. наук, проф. О.И.Лаврушина.- 19-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2013

6. Банковское дело: управление кредитной организацией: Учебное пособие / А.М.Тавасиев.- 3-е., изд, перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012

Научный руководитель: _____
(Ф.И.О.) (подпись)

Задание получил: «____» _____20__г. студент _____
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3
ГЛАВА 1. ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКА И КЛИЕНТА.....6
1.1. Развитие взаимодействия банка и клиента 6
1.2. Критерии выбора предприятием банка–партнера 18
ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА БАНКА И БИЗНЕСА..... 28
2.1. Расчётно-кассовое обслуживание предприятий 28
2.2. Прочие операции банковского обслуживания предприятий.....41
ГЛАВА 3. УСТОЙЧИВОЕ ПАРТНЕРСТВО БАНКА И ПРЕДПРИЯТИЯ ЗАЕМЩИКА КАК СПОСОБ СНИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ.....56
3.1. Взаимоотношения со средним и малым бизнесом, проблемы и пути совершенствования кредитования юридических лиц.....56
3.2. Современные тенденции повышения качества обслуживания клиентов.….67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....82
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....86

ВВЕДЕНИЕ

Расчётно-кассовые операции являются основными, базовыми операциями для современных коммерческих банков.

В рамках расчётно-кассового обслуживания различных категорий клиентов, кредитные организации предлагают широкий спектр операций с наличностью, а также перечисление денежных средств по поручениям клиента с использованием новейших технических и технологических приемов и средств.

С целью сохранения конкурентных позиций на денежных рынках банки стремятся предлагать клиентам наиболее выгодные ценовые условия платежных операций, конвертации валют и широкие возможности платежных систем банка в рамках глобальной расчётной системы и собственных клиринговых и корреспондентских сетей.

Отличительной особенностью современных операционных подразделений банков является не только организация расчётно-кассового обслуживания и осуществление расчетов, но и профессиональное сопровождение и консультации клиентов по любым вопросам банковской деятельности, связанной с расчетами и платежными операциями.

В современной банковской практике применяются различные виды расчётно-платежных операций.

Предложение банком той или иной банковской услуги определяется рядом факторов: потребностью клиентов банка в данных форме и виде платежа, направлении расчетов; срочности; продолжительности договорных обязательств, в рамках которых осуществляются платежи; требований, предъявляемых клиентом к обслуживанию своей деятельности.

Актуальность темы исследования. Актуальность изучения особенностей и проблем расчётно-кассового обслуживания корпоративных клиентов определена следующими положениями.

Во–первых, специфика банковской деятельности заключается в ограниченной роли собственного капитала (как правило, 10–20% в пассивах

банков) в формировании банковских ресурсов. Значительный сегмент свободных ресурсов, то есть таких ресурсов, которые можно разместить с целью получения максимальной прибыли, составляют привлеченные средства. В свою очередь, в формировании привлеченных средств большое значение, помимо депозитных операций, играют операции по счетам клиентов, обслуживающихся в данном банке и, особенно, корпоративных клиентов, как имеющих наибольшие обороты по своим счетам и использующих широкий спектр расчётно–платежных операций.

Во–вторых, российские банки с целью укрепления платежной системы нашей страны и международных стандартов обслуживания своих клиентов, должны в рамках правового поля реализовывать такие схемы осуществления расчетов и предлагать такие банковские расчётно-платежные услуги, чтобы через банковскую систему проходило максимальное количество платежей и расчетов. Это позволило бы не только сделать прозрачной российскую экономику, но и стабилизировать платежную систему и поднять уровень доверия к банкам.

А также востребованными являются разработки, направленные на повышение эффективности расчётно-кассовых услуг, на массовое внедрение в банковскую практику средств дистанционной работы в целях снижения транзакционных издержек и повышения качества расчётно-кассового обслуживания.

Цель дипломной работы – рассмотрение расчётно-кассового обслуживания в коммерческом банке, а также необходимость перехода на электронный документооборот и выявление проблем, возникающих при системе автоматизации документооборота.

В соответствии с данной целью в работе были поставлены следующие основные **задачи**:

– проанализировать содержание расчётно-кассового обслуживания клиентов коммерческими банками;

– выделить элементы расчётно-кассового обслуживания;

– выявить тенденции развития расчётно-кассового обслуживания как набора услуг, банковского сервиса, комплекса информационных и банковских технологий;

– определить направления, цели и задачи совершенствования расчётно-кассового обслуживания в современных условиях.

Таким образом, очевидна необходимость всестороннего изучения и применения на практике современных банковских продуктов и услуг в области расчётно-кассового обслуживания корпоративных клиентов, как способствующих развитию и укреплению российской платёжной системы, с одной стороны, и формированию банковских ресурсов и укреплению конкурентных позиций банка на финансовых рынках – с другой.

Объектом исследования является Карельское отделения № 8628 ОАО «Сбербанк России».

Предметом исследования является система расчётно-кассового обслуживания российского коммерческого банка как особое направление банковской деятельности.

Методы исследования. Методологической основой проведенного исследования является диалектический метод как общий подход к научному познанию проблем комплексного управленческого анализа и его информационного обеспечения.

ГЛАВА 1. ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКА И КЛИЕНТА

1.1. Развитие взаимодействия банка и клиента

В условиях развития рыночных отношений банки занимают центральное положение в экономической системе, проводя весь денежный оборот, совершая все расчеты в наличной и безналичной форме, что отражает весь процесс производства и реализации продукции. Банки занимают ключевое положение в движении средств, в результате которого происходит перелив капитала из одной отрасли в другую; благодаря банковскому кредиту денежные ресурсы обеспечивают развитие производства. Находясь в центре экономической системы, банки являются гигантскими хранилищами капиталов. При наличии потребности в дополнительных капиталах, банковские ресурсы используются участниками экономического оборота – клиентами банков [46].

Клиентами банка могут быть как физические, так и юридические лица. Существуют некоторые признаки, по которым можно определить лицо, выступающее клиентом банка:

- клиентом банка можно считать лицо, которое поручает какую–либо деятельность банку, исходя из его потребностей;
- клиентом банка становится лицо, открывшее в нем счет (депозитный, текущий, расчетный и пр.);
- клиентом банка то или иное лицо становится в том случае, когда между ним и банком возникают деловые отношения;
- клиентом банка может стать другой банк.

Взаимоотношения банка с клиентами основываются на определенных принципах:

- принцип взаимной заинтересованности;
- принцип платности;
- принцип рациональной деятельности;
- принцип обеспечения ликвидности;
- принцип взаимной обязательности;

- принцип доверительных отношений;
- принцип ответственности;
- принцип партнерских отношений;
- принцип договорных отношений;
- принцип законопослушания;
- принцип дифференцированности [46].

Немаловажное значение во взаимоотношениях клиента и банка имеют также этические принципы банковской деятельности: понимание гражданского и профессионального долга перед обществом, государством; признание равенства участников гражданского оборота, вовлеченных в сферу банковского дела; максимальная прозрачность профессиональной деятельности при абсолютной надежности в обеспечении в рамках закона коммерческой тайны; совершенствование корпоративного управления и взаимоконтроля; безусловное соблюдение взятых на себя обязательств и гарантирование высокого качества обслуживания; обеспечение разумной рисковости банковских операций; полнота ответственности за качество и результаты своей работы; участие в противодействии легализации доходов, полученных преступным путем и других противозаконных действий; отказ от сотрудничества с юридическими и физическими лицами с сомнительной деловой репутацией; установление и развитие межнациональных и международных профессиональных связей [25].

Сочетание деловых и нравственных принципов банковской деятельности позволяет банкам эффективнее реализовывать свои функции.

Во взаимоотношениях друг с другом банк и его клиенты имеют твердо установленные права и обязанности, которые установлены существующим законодательством.

Права банка, как и всякого юридического лица, охраняются законодательством страны. Он вправе совершать все, что не запрещает закон и разрешают банковское законодательство и нормы, установленные Центральным

Банком Российской Федерации. Банк имеет право защищать свои интересы в суде.

Банк должен выполнять обязательства, вытекающие из его договорных отношений с клиентами. Важнейшая обязанность банка – сохранять банковскую тайну, сохранять в тайне дела клиента. Раскрытие информации допускается в четырех случаях:

- с согласия клиента;
- в интересах банка;
- в общественных интересах;
- в соответствии с законом [28].

Установление взаимоотношений банка с клиентами можно определить в несколько этапов.

Первый этап заключается в том, что происходит установление контакта с клиентом. Для этого менеджеру банка необходимо изучить всю информацию о клиенте, его сферу деятельности, найти сведения о банковских продуктах и услугах, которыми, возможно, пользуется клиент в других банках. Определить потребность в услугах в банке и заинтересованность клиента. На данном этапе ведутся переговоры о представляемых банком услугах.

Второй этап – клиент изучает всю необходимую информацию об услугах и принимает решение о заключении договора. При необходимости клиент предоставляет дополнительную информацию о себе, а также получает от банка информацию, какие документы нужно предоставить в банк для заключения договора с банком. Клиенту будет удобно, если менеджер сообщит ему о происходящих изменениях в банке, например, об изменении процентной ставки по кредиту и депозиту. Важно также исследовать процесс принятия решения об обслуживании в определенном банке. Установлено, что в банках наиболее сильной является первая реакция на культуру обслуживания, она во многом определяет дальнейшее поведение клиентов. Именно такие аспекты должны учитывать в своей работе менеджеры банка при взаимоотношении с клиентами.

Поэтому в банковском маркетинге большое значение имеет подготовка персонала, окружающая обстановка и стандарт обслуживания.

Третий этап – клиент, получив всю необходимую информацию в банке, подготавливает документы и заключает договор с банком на максимально выгодных условиях сторон.

Четвертый этап состоит в том, что менеджер организует процесс заключения договора с клиентом, осуществляет контроль обслуживания клиента в банке. Таким образом, потенциальный клиент становится фактическим клиентом банка.

В дальнейшем происходит процесс сопровождения клиента в банке и организация его комплексного обслуживания [25].

В последнее время банковская система Российской Федерации претерпела значительные изменения. Исчезновение рынка спекулятивных операций вывело коммерческие банки на качественно новый уровень своего развития. Банки повернулись лицом к клиенту, ибо теперь основная масса активных операций проводится в зависимости от желаний и потребностей клиентов, то есть должны значительно увеличиться инвестиции в реальный сектор.

Банк, находясь в центре экономической жизни, призван содействовать интересам своих клиентов. Поэтому не случайно в последние годы утвердилась идеология банка как партнера. Партнерским отношениям присущи: добровольность, взаимозаинтересованность и коммерческий характер. Каждый клиент сам определяет, услугами какого банка ему следует воспользоваться. В равной степени это относится и к банку, который выбирает себе клиента. Данный выбор может иметь кратковременный или долговременный характер, многое зависит от взаимной заинтересованности в том, чтобы воспользоваться разовой услугой того или иного банка ил иметь отношения на постоянной основе.

Взаимоотношения клиентов и банка развиваются на коммерческой основе: клиент готов заплатить за расчетные операции, кредит или другие услуги, которые представляют для него выгоду; а банк готов продать свой

продукт, получив при этом соответствующее вознаграждение. Банк должен работать при этом на клиента, содействуя исполнению его потребностей. При этом, обеспечивая соблюдение интересов клиента, банк реализует и свой коммерческий интерес, получая вознаграждение в форме ссудного процента или комиссии.

Банковское законодательство, ограждая интересы двух сторон, обеспечивают клиенту:

- право на открытие счета в банке;
- право на получение отсрочки платежа банку;
- возможность участия в совете банка, банковских ассоциациях;
- сохранение банковской тайны;
- защиту его вкладов.

Право на открытие счета подчас носит чисто декларативный характер, ибо банк, не желая «работать» с малым клиентом, может всегда под любым благовидным предлогом отказать ему в его праве. Вот почему в законодательстве некоторых стран предусмотрено право клиента: требовать от центрального банка своего государства указать ему то кредитное учреждение, где ему обязательно откроют счет (во Франции счет может быть открыт и по почте).

Весьма существенным для клиента является не только право пользоваться той или иной банковской услугой, но и его защита от неправомочных действий банка в случае прекращения кредитной помощи.

Право на отсрочку платежа является для заемщика жизненно важным фактором. В целом ряде случаев клиент банка может испытывать затруднения в возврате кредита. Разумеется, речь идет о финансовых затруднениях, вызванных объективными обстоятельствами, не связанными с его плохой работой. Там, где кредитоспособность клиента нарушена, где клиент неоднократно допускал нарушения кредитного договора с банком, скомпрометировал себя, получить отсрочку платежа невозможно. Закон в этом случае защищает лишь того клиента, который аккуратно выполняет свои обязательства. По законодательству

некоторых стран сокращение или приостановка кредитной поддержки становится возможной на основе письменного обращения клиента и заблаговременно – от 30 до 60 дней в зависимости от вида предоставляемого кредита. Процедура пересмотра условий сокращения или прекращения кредитования обычно фиксируется в письменном соглашении. В нем может быть уточнена материальная ответственность кредитного учреждения.

Возможность принятия клиента в совет банка регулируется общими положениями об акционерном обществе. Согласно юридическим нормам в совет банка входят его учредители, имеющие определенную долю в уставном банковском капитале [28].

К сожалению, акционеры, в свою очередь, зачастую не имеют строгих юридических обязательств, в то время как для них самих выполнение акционерного обязательства имеет существенное значение. Российский закон ограждает банк, ибо регулирует его на стадии создания, формулируя требования к учредителю. Закон запрещает также учредителям банка выходить из состава его участников в течение первых трех лет со дня его регистрации.

На макроуровне интересы клиента могут обеспечиваться посредством участия крупных предприятий как агентов хозяйства в банковском секторе, в различных банковских ассоциациях. При центральных банках ряда стран организуется как совещательный орган консультативный совет, среди участников которого могут быть видные практические работники из любого сектора народного хозяйства.

Взаимоотношения клиента с банками во многом определяются разнообразием возможности использования банковского кредита (вклада, кредита и т.п.), доступностью денежного рынка.

Предприятия – клиенты банка имеют довольно широкие возможности использования банковских услуг.

Для эффективного инвестирования банки должны знать все о своих клиентах. Именно здесь возникает необходимость профессионального

управления деятельностью банка. В русле этой проблемы и выявляется потребность в проведении финансового менеджмента клиента. Цели финансового менеджмента отражают политику банков, стремящихся удержать своих клиентов, часть которых может переходить в другие банки. При существующей сегодня конкуренции за обслуживание банковских клиентов кредитным организациям необходимо строить тактику и стратегию взаимоотношений с клиентурой, разрабатывая индивидуальные концепции решения сложных проблем банком клиента.

Удовлетворение нужд и потребностей клиентов является главной целью банка. Маркетинг выступает одной из управленческих функций банка, позволяющей устанавливать взаимоотношения с клиентами, формировать спрос на банковские услуги, разрабатывать комплекс услуг банка, организовывать сбыт банковских продуктов потребителям. Для этого банку необходимо изучать рынок банковских услуг, проводить маркетинговые исследования рынка, разрабатывать рекомендации по выявленным проблемам банка, формировать политику продвижения и организовывать процесс оказания банковских услуг. При этом основной принцип построения и развития взаимоотношений с клиентами банка должен основываться на индивидуальном подходе, тщательном изучении потребностей клиентов и адаптации стандартного сервиса к запросам потребителей с помощью современных средств коммуникаций. Именно задачи сохранения имеющихся клиентов, установление эффективных взаимоотношений с ними и расширение клиентуры являются основными перед банковскими сотрудниками [14].

Банковский маркетинг – это конкретный вид деятельности по изучению рынка и продвижению на нем банковских услуг, направленный на создание необходимых условий приспособления к требованиям рынка капитала, разработку системы мероприятий по повышению конкурентоспособности и прибыльности, ориентированный на максимальное удовлетворение потребностей клиентов. Специфика маркетинга в банковской сфере заключается

в том, что банки заинтересованы не только в привлечении вкладов, но и в активном использовании привлеченных средств в форме кредитования различных объединений, предприятий, организаций и населения. Это обусловливает необходимость комплексного развития маркетинга в сфере кредитных вложений, осуществляемых в форме предоставления ссуд предприятиям и населению [46].

Каждый отдельный клиент банка имеет свои особенности и предпочтения в потреблении банковских услуг, отличающиеся от других разными потребностями, взаимоотношениями и типами поведения, поэтому менеджеры банка должны найти подход к каждому клиенту и стремиться удовлетворить его потребность.

Банки формируют свою клиентскую базу, для которых в дальнейшем создают и предлагают различные виды банковских продуктов и услуг. Банки стремятся к тому, чтобы предлагаемые банковские услуги и продукты отвечали потребностям и ожиданиям клиентов, принося при этом банку прибыль. Клиентская база представляет собой совокупность фактических и потенциальных клиентов банка. На рисунке 1 представлена классификация клиентов банка по различным признакам.

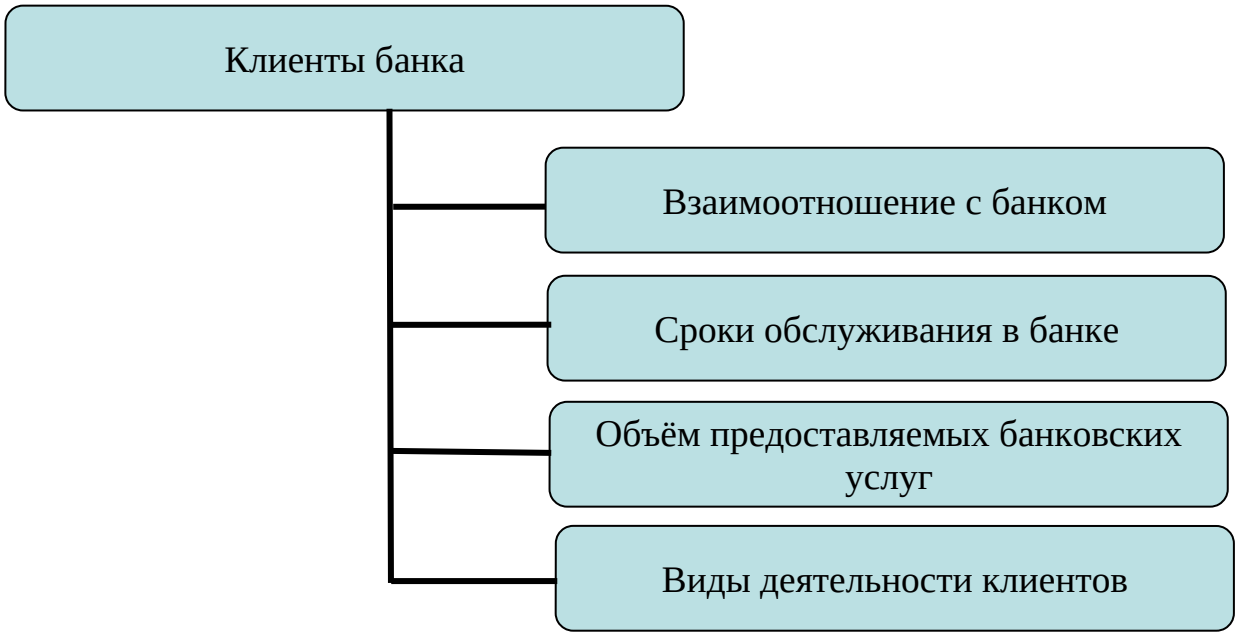

Рис.1. Классификация клиентов банка

Следует отметить, что первостепенно важным для любого банка является перевод клиента из категории удовлетворенного в категорию лояльного [37]. Удовлетворение возникает тогда, когда клиент доволен уровнем сервиса банка при совершении конкретной операции. Удовлетворение клиента – необходимое, но не достаточное условие лояльности. Лояльный клиент – это всегда удовлетворенный клиент, однако удовлетворенный клиент не всегда является лояльным. В связи с этим, лояльность – это приверженность клиента своей компании, готовность продолжать сотрудничество с ней, а также рекомендовать ее своим друзьям и знакомым. Лояльность клиента предполагает не только доверие к банковскому продукту как гаранту качества, но и определенные положительные эмоции, которые вызывает услуга. Доверяя продукту компании, клиент готов постоянно приобретать услугу и не уйдет к конкуренту, который готов предложить более дешевый аналог. Это обусловлено тем, что клиенту не выгодно менять банк, который зарекомендовал себя как относящийся к его нуждам с наибольшим вниманием.

В связи с вышесказанным повышаются требования к менеджерам банка, которые помимо банковских операций, должны обладать знаниями о клиентах–потребителях банковских услуг в различных аспектах:

- существующие и потенциальные клиенты банка;
- потребности и пожелания клиентов;
- мотивы обращения в банк;
- неудовлетворенные потребности клиентов и возможности совершенствования деятельности банка;
- реакция клиентов на появление новых услуг банка.

Важным критерием в установлении взаимоотношений с клиентами является определение характеристик потребителей, которых банк стремиться обслуживать в различных сегментах рынка или которым предполагается предоставлять разнообразные виды услуг. Существует пять различных уровней отношений банка с клиентами – потребителями банковских продуктов:

- базисный;
- реагирующий;
- ответственный;
- активный;
- партнерский.

Базисный уровень предполагает стандартные банковские услуги, не требующие индивидуального подхода при обслуживании.

Реагирующий уровень – вопросно-ответная форма работы сотрудников банка при использовании клиентом различных банковских услуг.

Ответственный уровень характеризуется тем, что после оказания услуги, клиенты могут высказывать свои замечания, пожелания и жалобы. В дальнейшем эта информация будет использоваться для улучшения работы банка и совершенствования банковских услуг.

Активный уровень – периодическое информирование клиентов о новых банковских услугах или о совершенствовании имеющихся, формирование спроса на них.

Партнерский уровень характеризуется тем, что банк постоянно работает с клиентами в поисках способов предложения клиентам более высокой ценности при оказании услуг. Этот уровень необходимо поддерживать, так как можно отметить, что развитие партнерских отношений с клиентами – гарантия не только финансового успеха банка, но и его существование на рынке банковских услуг [32].

Банк устанавливает с клиентами партнерские отношения, которые заключаются в сотрудничестве между банком и клиентом, организации деятельности по изучению клиента, в предложении эффективных способов решения проблем бизнеса клиента за счет использования имеющихся услуг банка или создания новых и получения на этой основе дополнительного дохода. Клиент банка за счет предоставления ему банковских услуг удовлетворяет свои

финансовые потребности и интересы бизнеса, улучшает финансово – хозяйственную деятельность предприятия.

Банковский маркетинг изучает новые формы расчетов, в максимальной степени учитывающие характер хозяйственной деятельности клиентов банка, особенности нахождения их партнеров, их финансовое положение и другие факторы, влияющие на скорость денежного оборота. Основным источником информации о клиентах являются сами клиенты банка. Поскольку потребности клиентов меняются со временем, то очень важно постоянно поддерживать контакты с клиентами, организуя встречи, беседы, «круглые столы», опросы, анкетирование. Основой исследования потребителей банковских услуг может быть база данных клиентов, как юридических, так и физических лиц (по отдельности). Информация, заносимая в базу данных, периодичность ее обновления, доступность этой информации, возможные формы представления аналитических данных и другие вопросы работы с базой данных определяются работниками банка. Формирование такого рода баз данных является началом сегментации рынка, которая позволяет определить свободные рыночные ниши или, наоборот, перегруженность некоторых сегментов рынка [47].

1.2. Критерии выбора предприятием банка-партнера

Решение клиента о сотрудничестве с банком должно основываться на тщательном исследовании возможностей банков–конкурентов и выборе того банка, который имеет положительную репутацию, обеспечивает своевременность выполнения своих обязательств, оперативно решает вопросы, владеет современными технологиями, располагает кредитными ресурсами, может обеспечить банковское обслуживание на высоком уровне и в долгосрочной перспективе.

Однако, зачастую в отечественном финансовом пространстве клиент принимает решение чаще всего интуитивно, реагируя скорее на слух, чем на факты. Подобная ситуация в некоторых случаях может стать губительной для любого процветающего банка. При этом достаточно лишь грамотно

спланировать распространение негативных разговоров о банке конкурента. Интересно, что такая практика уже имела «успех». В условиях, когда получить объективную информацию неоткуда, клиенты легко поддаются панике, а для банка паника в рядах вкладчиков – одна из наиболее серьезных проблем. В связи с этим, клиенту следует обращать особое внимание на открытость, информативность общения менеджеров банка при обращении к ним за информацией.

Для того, чтобы сделать правильный выбор, потребитель банковских услуг должен уметь ориентироваться на рынке, сопоставлять услуги различных банков с точки зрения их цены и качества.

Сначала клиент может узнать о банке от друзей, знакомых, коллег по работе, с рекламного объявления от работников самого банка. Выбор банка может быть продиктован тем, что его офис находится близко к месту проживания клиента или к месту работы; тем, что услуги банка относительно дешевые, он имеет высокую репутацию в городе, районе; тем, что предлагает такие услуги, которых нет в других местных банках [14].

Проведенные в разных странах исследования мотивов выбора банков клиентами показывают, что на первое место клиенты ставят количество и качество предоставляемых банком услуг, далее – цену таких услуг в данном банке (например, процентные ставки по вкладам населения, депозитам, кредитам, стоимость расчётно–кассовых услуг), скорость проведения операций, и только на последнее место выходит то, что клиент пользовался услугами этого банка ранее. Такое расположение мотивов повышает значение тех факторов, которые носят не только экономический, но и психологический характер: время приема, время ожидания, тон обращения и беседы работников банка, уровень их внимания и др.

Рассмотрим основные мотивы, которые побуждают клиента к приобретению банковских услуг.

1. Прибыль или экономия. Получение прибыли является важным мотивом обращения к услугам банка. Для потенциальных клиентов большое значение имеет уровень процентных ставок.

2. Эластичность услуг. Особым вниманием у клиентов пользуются эластичные (гибкие) услуги, которые могут быть приспособлены к потребностям, которые меняются.

3. Качество услуг. При выборе услуг клиент ориентируется, как правило, на цену или стоимость услуг.

4. Скорость. Клиент всегда заинтересован в повышении скорости предоставления необходимых услуг и получении прибыли.

5. Безопасность. Клиенты серьезно заинтересованы в безопасности своих средств и стремятся полностью полагаться на банк в сбережении своих взносов.

6. Гарантированное обслуживание.

7. Удобство. Одним из второстепенных мотивов при выборе банка является организационное удобство и/или полезность его месторасположения.

8. Репутация и ощутимое техническое мастерство. Это один из важнейших мотивов, как при выборе банка, так и при оценке целесообразности приобретения тех или иных продуктов/услуг конкретного банка [14].

При определении банка, который предлагает, например, оптимальные условия относительно вложения средств на депозитные счета, потенциальный вкладчик, во–первых, должен четко осознавать цель вложения средств и основные требования к этой инвестиции с позиций соотношения доходности, ликвидности и риска, удобства сроков и наличия дополнительных услуг.

Для ориентирования в вопросах доходности, срочности, пакетного обслуживания и других характеристик конкретных депозитных услуг, в принципе, достаточно изучить рекламные предложения отдельных банков или проанализировать сводные рейтинги специализированных организаций (данные Ассоциации российских банков, отечественных финансовых порталов Интернета и др.).

Что же касается ликвидности и рискованности, здесь ситуация несколько усложняется и требует более основательного подхода.

К сожалению, большинство юридических и физических лиц, впервые выбирая банк или по разным причинам изменяя его, ориентируются, прежде всего, на субъективные факторы (рекламу, личные связи среди менеджмента банка и др.) и практически не обращают внимания на объективные финансовые показатели банка. Поэтому первым шагом в этом направлении должно быть хотя бы поверхностное ознакомление с балансами избранных при предварительном отборе банков [25].

Среди значительного количества существующих показателей финансового «здоровья» банка можно выделить основные параметры: активы, прибыль, капитал. С этими показателями клиентам следует ознакомиться в обязательном порядке.

К принятию решения о выборе банка нужно подходить основательно, так как от этого зачастую напрямую зависит возможность проведения тех или иных операций, оперативность расчетов, репутация в глазах контрагентов, минимизация рисков, связанных с ненадежностью банка или несоблюдением банковской тайны.

Список критериев для выбора банка может быть бесконечным и варьироваться в каждом конкретном случае. Мы рассмотрим наиболее важные и распространенные критерии.

Важным критерием для выбора банка является соответствие профиля банка виду деятельности компании, специфике предполагаемых операций по счету. Например, если компания занимается торговлей и заинтересована на проведении частых операций, то ей будет удобнее работать с банками, специализирующимися на открытии торгово-расчетных счетов. Такие банки предлагают сравнительно невысокие тарифы на перечисление средств, оперативность расчетов и удобное дистанционное управление счетов (как правило, несколькими доступными средствами). Если же цель компании на

данный момент состоит в аккумулировании средств и обеспечении их сохранности, то в данном случае подойдет открытие счетов в крупных банках инвестиционной направленности. Как правило, в таких банках можно столкнуться с требованием поддержания минимального остатка на счетах, размещения депозита, либо формирование инвестиционного портфеля [27] .

Вид деятельности должен учитываться также и в связи с тем, что некоторые (но не все) банки придерживаются политики не открывать счета для осуществления определенных видов деятельности, которые хотя и не запрещены законом, но, тем не менее, являются потенциально рискованными и нежелательными с точки зрения банковского обслуживания (например: интернет–торговля, букмекерские конторы и др.).

Престижность банка в ряде случаев является ключевым фактором для многих клиентов. Учитывая это, необходимо также понимать: как правило, чем более престижен банк, тем более жесткие требования у него по открытию и обслуживанию счета. В случаях, когда громкое имя банка некритично для клиента и его бизнеса, небольшой, но надежный банк может оказаться гораздо более правильным решением с точки зрения всех остальных критериев. Такие банки, как правило, более лояльны к клиенту, идут навстречу по многим вопросам, оказывают качественный, оперативный и индивидуальный сервис (чаще всего, по причине небольшого количества клиентов).

Говоря о надежности банка, как необходимом критерии выбора, мы в первую очередь должны оценивать финансовое состояние банка (информация эта, как правило, публична), а также структуру его акционеров, общепризнанные мировые рейтинги [26].

Ориентированность банка на обслуживание международного бизнеса и, в частности, постсоветских клиентов. Во–первых, далеко не каждый банк ставит своей задачей развивать работу с нерезидентами, так как это связано с дополнительными расходами, особыми процедурами и усиленным контролем, что не всегда вписывается в концепцию развития банка – некоторые банки

предпочитают ориентироваться на внутренний рынок. Во–вторых, увы, некоторые банки не особо рады видеть в своих рядах клиентов с постсоветского пространства, считая это для себя дополнительным риском. Формально нигде не установлено таких ограничений, но реально на практике при попытке открыть счет потенциальный клиент получает такой список дополнительных вопросов и требований, что, как правило, в итоге сам отказывается от этой идеи.

Географическое расположение контрагентов также может быть весомым критерием для выбора банка. Открытие счета в регионе нахождения контрагента или же в банке, в котором у него открыт счет, будет способствовать проведению более оперативных расчетов, будет удобно для поставщиков и логично для проверяющих налоговых органов. Однако это не является обязательным условием.

Немаловажное значение имеет наличие сети банков–респондентов, что также обеспечивает ускорение расчетов.

Особенности процедуры открытия счета также могут играть важную роль при выборе банка. Важно иметь ответ на следующие вопросы: требуется ли выезд клиента в банк, каковы требования банка к перечню предоставляемой клиентом документации, каковы требования по легализации документов, каковы сроки рассмотрения заявки на открытие счета и как быстро предоставляются средства дистанционного управления по счету.

Объем информации о клиенте и о деятельности компании, который необходимо предоставлять в банк при открытии счета. Некоторые банки отличаются достаточно жесткими процедурами, требуют предоставления рекомендаций, разного рода подтверждения заявленной клиентом информации о бизнесе, финансовой отчетности и так далее. Другие же банки могут быть более лояльны в этом вопросе.

Возможность управлять счетом посредством Интернета зачастую является одним из решающих факторов, особенно для компаний, осуществляющих

частые торговые операции. Не все банки имеют полный интернет–доступ для управления по счету, ограничиваясь иногда только доступом на просмотр.

Немаловажным фактором является стоимость обслуживания в банке, особенно если клиент собирается проводить достаточно много коммерческих транзакций. Многие банки для таких клиентов готовы обсуждать индивидуальные тарифы и гибкие условия обслуживания.

Сроки проведения платежей, как правило, заявляются всеми банками примерно в одном диапазоне. Однако на практике, увы, не все банки отличаются педантизмом и расторопностью при обработке платежей, что зачастую компенсируется другими их достоинствами.

Стоит учитывать также валюту открываемого счета. Большинство банков предлагает открытие моновалютных счетов в стандартных валютах, ряд банков открывают мультивалютные счета.

Дополнительные услуги банка могут быть важны, если клиент планирует, например: выпуск пластиковых карт, получение кредитов, работу с аккредитивами и так далее.

Усиление конкуренции между банками, в том числе специализированными и коммерческими, за привлечение клиентов требует от всех кредитных учреждений особого внимания к проблеме организации отношений с клиентами, расширения круга банковских услуг, повышения их качества, поддержания партнерских отношений между банком и его клиентами. В первом ряду успешно работающих с клиентами и имеющих высокую деловую репутацию среди банков находится, например, ОАО Сбербанк России. Данное кредитное учреждение обладает рядом преимуществ, которые известны клиентам и соответствуют их деловым интересам [26].

Сберегательный банк РФ – это универсальный коммерческий банк. Он предоставляет своим клиентам более 100 разнообразных услуг, как традиционных, связанных с привлечением средств во вклады, кредитованием, расчётно-кассовым обслуживанием, так и сравнительно новых для банка –

дилинговых, операций с фондовыми ценностями, посреднических, страховых и т.д. Основными преимуществами Сбербанка, привлекающими клиентов, являются следующие факторы:

1. Крупнейшая в России филиальная сеть Сбербанка позволяет всегда быть территориально рядом с Клиентом.

2. Собственная расчетная система, охватывающая территорию всей страны, широкая сеть банков–корреспондентов за рубежом позволяют проводить значительные объемы платежей как внутри РФ, так и за ее пределы за минимальное время.

3. Обеспечение возможности расчётно-кассового обслуживания на единых условиях многофилиальных и холдинговых компаний на всей территории РФ;

4. Банк проводит широкий спектр операций с наличностью. Выдача наличных средств без ограничения суммы в пределах остатка на счете клиента, широкий спектр видов иностранной валюты, а также конкурентные позиции на денежных рынках позволяют предлагать клиентам наиболее выгодные ценовые условия по данным видам операций.

5. Профессиональное сопровождение и оказание клиентам консультаций по вопросам внешнеэкономической деятельности.

6. Открытие банковских счетов в валюте РФ и иностранной валюте осуществляется в кратчайшие сроки. Возможно открытие счета в день предоставления клиентом полного пакета документов (при условии согласия клиента подписать дополнительное соглашение к договору банковского счета).

7. Оказание помощи Клиенту в изготовлении копий документов, необходимых для открытия счета, а также в оформлении карточки с образцами подписей и оттиска печати. Карточка с образцами подписей и оттиска печати может быть оформлена в присутствии сотрудника Банка самостоятельно, без нотариального свидетельствования подлинности подписей.

8. Клиенты имеют возможность получить необходимые консультации по вопросу открытия счета в любом удобном структурном подразделении,

осуществляющем обслуживание юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (и приравненных к ним лиц).

9. Постоянное совершенствование модели взаимоотношений между Банком и Клиентом.

10. Постоянное совершенствование технологических процессов и технического оснащения банка.

11. При открытии расчётного счета каждый клиент переводится на Единый договор банковского обслуживания.

В рамках Единого договора банковского обслуживания клиентам предоставляется комплекс следующих банковских услуг:

- открытие и обслуживание расчетных счетов в валюте РФ и иностранных валютах;
- открытие и обслуживание вкладов (депозитов);
- привлечение денежных средств в виде неснижаемого остатка на расчётном счете;
- дистанционное обслуживание с использованием системы «Сбербанк Бизнес ОнЛ@йн»;
- дистанционное обслуживание с использованием системы «Клиент–Сбербанк»;
- проведение конверсионных операций;
- проведение срочных платежей по системе Банка;
- инкассация денежной наличности, ее прием и зачисление на расчетный счет;
- прием денежной наличности через автоматический сейф;
- выдача простых векселей Сбербанка России;
- открытие бизнес–счетов [49].

В целях расширения экономических возможностей для бизнеса Сбербанк проводит политику расширения географии своей деятельности, имея филиалы в ближнем и дальнем зарубежье; проводит политику интеграции с другими

инвестиционными структурами (например, приобретение бизнеса «Тройка Диалог»), что отвечает задачам времени и позволило Сбербанку выйти на новый уровень взаимоотношений с клиентами, предложить им высокопрофессиональное финансовое консультирование и выбор инвестиционных стратегий, располагая полным спектром современных финансовых инструментов от традиционных для банка кредитных продуктов до сложноструктурированных инвестиционно–банковских продуктов и продуктов глобальных рынков [49].

Таким образом, следует подчеркнуть, что возможность выбора клиентом обслуживающего банка и возможности банков по обслуживанию широкого круга клиентуры, ставят перед банками задачу привлечения клиентов в банк. Эта работа тесно связана с деятельностью банков по управлению его активами и пассивами, так как определяет формирование определенной структуры активов и пассивов банка с учетом стратегических целей кредитной политики данного банка. Здоровая конкуренция между банками имеет положительное влияние на перспективы развития банковского сектора и совершенствование партнерских отношений с клиентами.

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА БАНКА И БИЗНЕСА

2.1. Расчётно-кассовое обслуживание предприятий

Обслуживание корпоративных клиентов начинается с момента открытия индивидуальным предпринимателем/организацией расчётного счета. Значительное количество клиентов нашего региона открывают счета для ведения своей деятельности именно в кредитных учреждениях Системы Сбербанка.

Для заключения Единого договора банковского обслуживания на предлагаемых условиях достаточно предоставить в Банк Заявление о присоединении к Правилам банковского обслуживания, а также Заявление о присоединении по каждой выбранной услуге – на бумажном носителе или с использованием автоматизированных систем дистанционного банковского обслуживания. Обязательным условием для заключения Единого договора банковского обслуживания является открытие расчётного счета. При наличии расчётного счета в структурном подразделении Банка, в которое передается Заявление, открытие дополнительного счета не требуется.

Открытие расчётного счета в Карельском отделении № 8628 стоит 1000 рублей. При открытии счета потребуется предоставление в Банк карточки с образцами подписей и оттиском печати, карточку можно заверить как у нотариуса, так и воспользоваться услугой банка по изготовлению карточки и её заверения. Стоимость заверки одной подписи 300 рублей, изготовление самой карточки – бесплатно. Так же необходимо предоставление заверенных нотариусом или самим Банком таких документов как ИНН, ОГРН, Устава и т.д. Изготовление копии и её заверение стоит 25 рублей лист. По статистике при открытии счетов в Карельском отделении 95% из 100% пользуются помощью Банка при изготовлении карточки с образцами подписей и оттиска печати и заверение копий.

Для заключения Единого договора банковского обслуживания на предлагаемых условиях достаточно предоставить в Банк Заявление о

присоединении к Правилам банковского обслуживания, а также Заявление о присоединении по каждой выбранной услуге – на бумажном носителе или с использованием автоматизированных систем дистанционного банковского обслуживания. Обязательным условием для заключения Единого договора банковского обслуживания является открытие расчётного счета. При наличии расчётного счета в структурном подразделении Банка, в которое передается Заявление, открытие дополнительного счета не требуется.

С 1 октября 2013 года в рамках Единого договора банковского обслуживания Сбербанк России предлагает своим клиентам новый формат расчётно-кассового обслуживания по тарифным планам.

Тарифные планы – это максимально компактное и удобное для бизнеса предложение по набору услуг расчётно-кассового обслуживания и их стоимости.

В состав тарифного плана включены наиболее востребованные услуги расчётно-кассового обслуживания, предоставляемые в определенном объеме по фиксированной единой цене. При этом стоимость тарифного плана ниже стоимости аналогичного объема услуг при обслуживании по стандартным тарифам Банка.

Преимущества тарифных планов:

- фиксированная стоимость;
- возможность снизить расходы на банковское обслуживание;
- упрощение процесса планирования издержек, связанных с банковским обслуживанием;
- возможность дистанционного банковского обслуживания.

Для обслуживания на условиях тарифных планов необходимо открыть расчетный счет в валюте РФ, оформить дополнительное соглашение об обслуживании по тарифным планам, представленные в таблице 1 и представить в Банк соответствующее Заявление.

Таблица 1

Тарифные планы на период 2018 –2019 г.г.

	Базис	Актив	Оптима
Стоимость тарифного плана	2201 руб/месяц	2500 руб/месяц	3100 руб/месяц
Состав тарифного плана			
– ведение счета в рублях	1 счет	1 счет	1 счет
– ежемесячная плата за использование «Сбербанк Бизнес ОнЛ@йн»	да	да	да
– проведение электронных платежей в течение месяца	до 10 шт.*	до 20 шт.*	до 30 шт.*
– прием наличных	до 80 тыс. руб.*	до 300 тыс. руб.*	до 150 тыс. руб.*
– выдача наличных	до 140 тыс. руб.*	до 100 тыс. руб.*	до 250 тыс. руб.*
– предоставление справок по счетам	без лимита	без лимита	без лимита
– предоставление дубликата выписки	без лимита	без лимита	без лимита
Дополнительные скидки по услугам			
выдача чековой книжки	скидка 50%	скидка 50%	скидка 50%
Справочно:			
Экономия для клиента, %	до 28%	до 30%	до 36%

* Лимит операций. При превышении установленного лимита соответствующая услуга (в объеме превышения) предоставляется по стандартным тарифам Банка. Клиент также сможет воспользоваться услугами, не включенными в тарифный план, по стандартным тарифам [52].

После того как открыт расчетный счет, выбран тарифный план происходит подключение одной из автоматизированных систем по управлению своим расчетным счетом с персонального компьютера. Сейчас в Сбербанке есть три автоматизированные системы обслуживания: Клиент – Сбербанк (КСБ), Система Передачи Электронных Документов (СПЭД), Сбербанк Бизнес ОнЛ@йн (СББОЛ).

Системы дистанционного обслуживания позволяют без необходимости посещения офиса Банка в любое удобное время получать текущую информацию о состоянии счета, а также совершать банковские операции по счету. Использование Банком современных технологий позволяет максимально

защитить клиента от несанкционированного доступа к счету или потери информации. Автоматизированные системы дистанционного обслуживания обеспечивают конфиденциальность и надежную защиту информации, передаваемой в ходе электронных расчетов корпоративных клиентов.

Автоматизированная система «Клиент–Сбербанк» позволяет:

1. получать информацию о состоянии счета и операциях по счету;
2. передавать в Банк рублевые и валютные платежные поручения, получать отчеты об их исполнении;
3. отправлять заявки на приобретение векселей Банка, покупку и продажу иностранной валюты;
4. давать поручения Банку о перечислении денежных средств во вклады и на счета банковских карт физических лиц по проектам заработной платы;
5. вести архив платежных документов;
6. вести служебную переписку с Банком;
7. импортировать платежные документы из программы бухгалтерского учета компании и экспортировать в нее данные из выписок и платежных документов;
8. назначать различным категориям сотрудников компании различные права по получению информации из Банка и совершению банковских операций по счету.

Стоимость подключения КСБ – 1201 рублей, ежемесячная стоимость обслуживания системы 700 рублей, стоимость проведения платежей 20 рублей – коммерческие банки, 4 рубля – по Системе Сбербанка. Для установки требуется программное обеспечение, которое предоставляется Банком. Установить программное обеспечение организация может самостоятельно, если это не представляется возможным, то услугу по установке может оказать Банк, стоимость вызова специалиста будет стоить 2011 рублей.

СПЭД расшифровывается как Система Передачи Электронных Документов – это форма дистанционного общения клиента и банка. Говоря

простыми словами — это дистанционный документооборот между банком и клиентом.

СПЭД – это специальная программа для дистанционного обслуживания между юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями и отделением Сбербанка, в котором СПЭД разработан для того, чтобы клиенты могли самостоятельно управлять своим счетом, а не идти в операционную кассу каждый раз, когда требуется совершить банковскую операцию: перечислить деньги на счет, оплатить услуги, перечислить зарплату сотрудникам предприятия.

С помощью этого сервиса клиенты могут совершать большинство банковских операций по своему счету. Это просто и удобно, например, можно отслеживать состояние расчётного счета, следить за движением денежных средств и делать выписки, контролировать операции по счету в реальном времени.

Все виды документов финансовой отчетности: расчетные выписки и приложения, оборотно-сальдовые ведомости всегда у вас под рукой, а вы экономите свое время, оформляя документы самостоятельно и лично контролируя процесс передачи и доставки денежных средств, осуществляется расчётно-кассовое обслуживание клиента.

СПЭД Сбербанка позволяет клиенту выполнять следующие финансовые операции:

1. осуществлять передачу в банк платежных документов;

2. осуществлять обмен произвольными сообщениями;

3. производить обмен файлами;

4. контролировать состояние счетов;

5. осуществлять контроль за состоянием ранее переданных документов;

6. формировать печатные формы документов и выписок;

7. осуществлять интеграцию с любыми программами бухгалтерии, в том числе и 1С, используя встроенный механизм обмена данными.

Стоимость подключения СПЭД – 1201 рублей, ежемесячная стоимость обслуживания системы 700 рублей, стоимость проведения платежей 20 рублей – коммерческие банки, 4 рубля – по Системе Сбербанка.

Отличие программы в её технических характеристиках. Также эта программа разработана Северо–Западным банком Сбербанка и работает на её территории, в других территориальных банках нет такой программы.

Самая новая, простая, надежная, современная программа современного Сбербанка – Сбербанк Бизнес ОнЛ@йн (СББОЛ).

СББОЛ – эта автоматизированная система управления своим расчетным счетом с любого персонального компьютера, который может находиться в любой точке мира.

Функциональность

1. прием и обработка электронных платежных документов;

2. предоставление информации об операциях по счетам и остаткам;

3. прием электронных документов в соответствии с условиями отдельных договоров, например реестров на пополнение счетов физических лиц;

4. обмен сообщениями свободного формата в виде электронных документов с возможностью приложения файлов.

SMS–информирование – отправка SMS–уведомлений о приеме, исполнении либо отказе в исполнении электронных платежных документов.

Преимущества:

1. Простота подключения

- для заключения договора в форме присоединения и подключения к системе требуется заполнение заявления на одном листе;
- для подключения требуется только один визит в банк (при предоставлении всех необходимых документов);
- для начала работы не требуется установки специального программного обеспечения.

2. Удобство работы

- в системе реализован интуитивно понятный удобный интерфейс;
- статусы документов позволяют отслеживать ход их обработки;
- предусмотрена гибкая система фильтров и сортировки, позволяющая осуществлять поиск документов по разным параметрам;
- в системе ведутся актуальные справочники банковских реквизитов, при этом существует возможность создавать собственные справочники, например, контрагентов;
- шаблоны позволяют автоматизировать создание типовых документов;
- реализован импорт / экспорт документов в формате 1С;
- наличие специального штампа на печатных формах документов об операциях по счету дает возможность не посещать банк для его проставления.

3. Мобильность

- для работы в системе можно использовать любой подключенный к сети Интернет компьютер, обеспечивающий достаточный уровень безопасности (на работе, дома, в отпуске);
- используя SMS–уведомления, можно отслеживать ход исполнения документов без мониторинга статусов документов в системе;
- возможность работы в системе 24 часа в сутки 365 дней в году.

4. Безопасность – в системе реализован механизм аутентификации пользователей и подтверждения документов одноразовыми паролями, передаваемыми посредством SMS–сообщений, что обеспечивает достаточный уровень защиты при минимальных затратах;

5. Гибкость

- предусмотрена отдельная роль для представителей клиента, наделенных полномочиями по подготовке документов;
- к системе можно подключиться даже без открытия расчётного счета;
- функциональность системы постоянно расширяется.

Стоимость подключения данной системы составляет 960 рублей, если клиент решил использовать вариант защиты электронный ключ (токен), то

дополнительно клиент оплатит стоимость ключа, которая составляет 990 рублей. Ежемесячно с расчётного счета клиента Банк будет в одностороннем порядке списывать 690 рублей: 490 рублей за обслуживание системы и 201 рублей за обслуживание счета. В том случае, если клиент не производил в течение месяца ни одной операции по расчётному счету, то с него спишут плату только за обслуживание системы – 490 рублей. Стоимость платежей, как и в двух предыдущих случаях составит 20 рублей платёж на коммерческие банки и 4 по системе Сбербанка.

При открытии расчётного счета клиенту предложат дополнительные услуги. Сотрудник Банка, основываясь на данных, которые он получил при открытии расчётного счета и при личном разговоре с клиентом предлагает набор дополнительных услуг, которые Банк может предоставить.

Две первые, основные услуги, которые предлагает сотрудник Банка – это:

1. если клиент занимается торговлей и у него есть клиенты, которые могли бы расплачиваться за услуги, товары пластиковыми картами, ему предлагается такая услуга как эквайринг (торговый терминал).

2. если в штате клиента более двух человек ему предлагается зарплатный проект.

Эквайринг – прием к оплате пластиковых карт.

Пластиковые карты становятся широко распространенной формой платежа за товары и услуги и все активнее заменяют наличные. Сотрудничество со Сбербанком России в области приема к оплате пластиковых карт обеспечит потенциал для роста бизнеса.

Почему выгодно принимать карты. Сотрудничество со Сбербанком России гарантирует предприятию следующие неоспоримые преимущества:

1. Повышение количества клиентов и оборотов предприятия за счет:

- привлечения новых клиентов – владельцев пластиковых карт;
- повышения среднего размера покупки;
- клиенты не ограничены имеющейся суммой наличных средств;

- владельцы карт легче решаются на незапланированные покупки;
- покупок в кредит по кредитным карточкам.

2. Безопасность и удобство платежей:

- не придется больше опасаться фальшивых банкнот и мошенничества;
- меньше наличных средств в кассе;
- работать с картами намного проще и удобней;
- меньше очереди в кассу, так как кассир не теряет время на выдачу сдачи;
- сокращение расходов на инкассацию;
- сокращение количества операций с наличными и пересчёта мелочи в кассе.

3. Выгодные условия обслуживания и возмещение средств в кратчайшие сроки.

4. Совместные партнерские программы для держателей пластиковых карт.

Как это работает.

1. Предприятие заполняет заявку и подписывает договор эквайринга;

2. Сбербанк России производит установку оборудования для приема карт;

3. Сбербанк России проводит обучение персонала навыкам приема к оплате пластиковых карт;

4. покупатель предъявляет карту для оплаты покупки;

5. проведение операции – не более минуты;

6. перечисление денежных средств на расчетный счет организации за вычетом комиссии за осуществление расчетов.

Цена вопроса.

Тариф на эквайринг зависит от объема операций с картами на предприятии и составляет от 2,5% до 1,5% от суммы операций по пластиковым картам. Дополнительных финансовых вложений не требуется.

Почему именно Сбербанк?

Сбербанк России – крупнейший в России банк-экваер, имеет собственный процессинговый центр, что позволяет держать высокий уровень качества обслуживания услуг Эквайринга при минимальной стоимости, а также исключить возможность утечки конфиденциальной информации.

Зарплатный проект – удобный и современный способ получения заработной платы и других денежных средств сотрудниками организаций с использованием международных банковских карт ОАО «Сбербанк России».

Преимущества «зарплатного» проекта для компании:

Использование международных карт Сбербанка России позволит полностью исключить пересчет, транспортировку, хранение и учет крупных сумм наличных денежных средств, а также трудоемкую ручную процедуру их выдачи каждому сотруднику.

Весь процесс выплаты заработной платы будет заключаться в перечислении единым платежом общей суммы выплат и передаче в банк списка сотрудников для зачисления денежных средств на счета их международных карт.

Для крупных организаций банк предлагает установку банкомата(ов), информационно–платежных терминалов в офисе компании. В случае необходимости оформление заявлений на открытие счетов и выдача карт персоналу организации осуществляется сотрудником банка на территории организации.

Преимущества «зарплатного» проекта для сотрудников:

1. шаговая доступность банкоматов и офисов Сбербанка России. Получение заработной платы в банкоматах и офисах Сбербанка России – это экономия времени, а также отсутствие дополнительных затрат;

2. оплата товаров и услуг по карте в России и за рубежом;

3. online контроль за всеми операциями с помощью автоматической системы «Мобильный банк»;

4. доступ к льготным кредитам: сотрудникам, использующим «зарплатную» карту не менее 6 месяцев, выдается кредитная карта, предоставляются льготные ставки по ипотечным и потребительским кредитам, кредиты оформляются с минимальным пакетом документов;

5. «СбербанкОнЛ@йн» – управление своими счетами через Интернет в режиме реального времени, погашение кредитов, выданных Сбербанком России и другими кредитующими организациями, безналичная оплата услуг (коммунальные услуги, спутниковое телевидение, интернет, сотовая связь, налоги и т.д.);

6. к счету карты могут быть оформлены дополнительные карты родственникам или доверенным лицам.

Сбербанк России имеет богатый опыт оказания услуг коммерческим и бюджетным организациям (включая многие министерства и ведомства Российской Федерации). На сегодняшний день в обращении находится свыше 43 миллионов карт, эмитированных Сбербанком России. Сбербанк России постоянно развивает сеть обслуживания клиентов Сбербанка, которая в настоящее время насчитывает более 13 900 пунктов выдачи наличных, а также свыше 25 000 банкоматов. Большинство из них предоставляют клиентам возможность круглосуточного обслуживания.

Инкассация – перевозка ценностей клиента службой инкассации Банка.

Преимущества:

1. разветвленная филиальная сеть банка, охватывающая всю территорию России, что позволяет получать и сдавать наличные денежные средства в непосредственной близости от своего места расположения;

2. инкассаторское обслуживание осуществляется в удобное, согласованное с клиентом время;

3. возможность осуществлять предварительный заказ необходимой суммы с покупюрной разбивкой при пользовании услугой по доставке денежной наличности на выплату заработной платы;

4. отсутствие максимума по сумме инкассируемой (доставляемой) денежной наличности;

5. банк несет материальную ответственность перед клиентом с момента приема инкассатором денежной наличности в размере фактически принятой суммы;

6. собственная расчетная система, позволяющая осуществлять оперативное зачисление принятой денежной наличности на счета клиентов;

7. сетевым клиентам могут предоставляться услуги инкассации без открытия отдельных банковских счетов для их подразделений, т.е. проинкассированные в разных регионах страны денежные средства клиента могут зачисляться на один его банковский счет, открытый в ОАО «Сбербанк России» – услуга «Централизованный договор»;

8. собственная служба инкассации Банка;

9. специальная подготовка сотрудников службы инкассации;

10. бронированные спецавтомобили;

11. система контроля за процессом инкассации и движением спецавтомобилей;

12. наличие у сотрудников службы инкассации боевого стрелкового оружия;

13. тарифы на услуги инкассации рассчитываются индивидуально для каждого клиента в зависимости от параметров оказания услуг, в том числе объемов перевозимых ценностей, времени проведения операции и месторасположения объекта;

14. возможность сдачи денежной наличности для зачисления на несколько счетов в одной упаковке (одноразовом полиэтиленовом сейф–пакете);

15. предоставление материалов видеофиксации процесса приёма и пересчёта денежной наличности в кассовых центрах ОАО «Сбербанк России» (при наличии технической возможности);

16. предоставление отчётов о результатах пересчёта денежной наличности (при наличии технической возможности).

Перечень услуг Банка юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям:

1. инкассация денежной наличности;

2. в т.ч. с использованием автоматических сейфов;

3. доставка денежной наличности и ценностей в кассу предприятия;

4. доставка монеты/банкнот в обмен на банкноты более крупного номинала;

5. перевозка денежной наличности и ценностей, изделий из драгоценных металлов, драгоценных камней между структурными подразделениями организации;

6. прием и зачисление денежной наличности, проинкассированной службой инкассации ОАО «Сбербанк России»;

7. предоставление материалов видеофиксации процесса приёма и пересчёта денежной наличности в кассовых центрах ОАО «Сбербанк России» (при наличии технической возможности);

8. предоставление отчётов о результатах пересчёта денежной наличности (при наличии технической возможности);

9. прием и зачисление денежной наличности, проинкассированной сторонним перевозчиком;

10. прием и перечисление денежной наличности, проинкассированной подразделениями инкассации ОАО «Сбербанк России», на счет клиента в другой кредитной организации;

11. предоставление услуг по единовременной доставке монеты/банкнот в обмен на банкноты другого номинала объектам клиентов ОАО «Сбербанк России» при их открытии;

12. перевозка документов клиентов, одновременно с инкассацией денежной наличности;

13. размен наличных денежных средств для последующей доставки клиенту (силами стороннего перевозчика);

14. доставка ценных бумаг Банка.

Безопасность.

В целях повышения безопасности перевозок и обеспечения сохранности для транспортировки денежной наличности ОАО «Сбербанк России» использует спецконтейнеры, оснащенные устройствами по приведению банкнот в неплатежеспособное состояние при несанкционированном проникновении. Инкассация осуществляется с использованием одноразового номерного–сейф пакета, который представляет собой пластиковый одноразовый пакет с защитным клапаном. Сейф–пакет выполняет функцию надежной упаковки и сигнального устройства одновременно. Он превосходно зарекомендовал себя при хранении и транспортировке денег, документов и ценностей.

Попытки вскрытия сейф–пакета механическими способами, воздействием заморозки, нагревания или химических веществ оставляет неустранимые признаки этих воздействий.

Изделия снабжены штрих–кодом, индивидуальным номером и прозрачным карманом для сопроводительных документов.

2.2. Прочие операции банковского обслуживания предприятий

Клиентам, у которых на расчетных счетах имеются свободные денежные средства, работник банка обязательно предложит вложить эти средства в депозиты, неснижаемые остатки и т.п.

Привлечение средств на срок до 6–ти дней осуществляется на договорной основе. Возможные варианты отображены в Таблице 2.

Таблица 2

Вложение денежных средств на срок до 6-ти дней

Инструмент	Описание	Валюта	Сроки
Депозиты	Денежная сумма, принятая банком от клиента, которую банк обязуется возвратить клиенту и выплатить проценты на неё	Рубли РФ / доллары США / евро	От 1 до 6 дней

Неснижаемый остаток на расчетных счетах	Сумма денежных средств, которую клиент обязуется поддерживать на расчётном счете в течение оговоренного с банком срока	Рубли РФ / доллары США / евро	От 1 до 6 дней

Привлечение средств на срок от 7-и дней по суммам до 100 млн. руб.,10 млн. долларов США/евро (табл. 3)

Таблица 3

Вложение денежных средств на срок до 6-ти дней по суммам до 100 млн руб.,10 млн долларов США/евро

Инструмент	Описание	Валюта	Сроки
Депозиты	Денежная сумма, принятая банком от клиента, которую банк обязуется возвратить клиенту и выплатить проценты на неё		
Классический	Депозит без возможности досрочного отзыва и пополнения	Рубли РФ / доллары США / евро	От 7 до 1096 дней
Пополняемый	Депозит с возможностью пополнения суммы без возможности досрочного отзыва	Рубли РФ / доллары США / евро	От 31 до 366 дней
Отзываемый	Депозит с возможностью досрочного отзыва без возможности пополнения суммы	Рубли РФ / доллары США / евро	От 31 до 366 дней
Неснижаемый остаток на расчетных счетах	Сумма денежных средств, которую клиент обязуется поддерживать на расчётном счете в течение оговоренного с банком срока	Рубли РФ / доллары США / евро	От 7 до 1096 дней
Инструмент	Описание	Валюта	Сроки
Простые векселя Сбербанка России	Документарная ценная бумага, универсальный финансово–расчетным инструмент	Рубли РФ / доллары США / евро	От 14 до 1096 дней

Депозит «Классический»

Депозит без возможности досрочного отзыва и пополнения суммы, позволяющий получить максимальный доход (по сравнению с депозитами «Пополняемый» и «Отзываемый»). Условия представлены в Таблице 4.

Таблица 4

Условия депозита «Классический»

Валюта депозита	рубли РФ/ доллары США/ евро
Минимальная сумма депозита	не ограничена
Максимальная сумма депозита	до 100 млн. руб., 10 млн долларов США/евро

Срок депозита	от 7 до 1096 дней
Процентная ставка	в зависимости от суммы и срока депозита
Увеличение суммы депозита	не предусмотрено

Продолжение Таблицы 4

Частичный отзыв суммы депозита	не предусмотрен
Досрочный отзыв депозита	не предусмотрен
Порядок начисления процентов	Проценты по депозиту начисляются со дня, следующего за днем поступления денежных средств в Банк, до дня окончания срока депозита включительно. При расчете процентов используется фактическое количество календарных дней в году (365 или 366 дней)
Порядок начисления процентов при досрочном расторжении банком договора в случае предъявления к депозитному счету клиента требований о бесспорном списании денежных средств, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации	Проценты по депозиту начисляются со дня, следующего за днем поступления денежных средств в Банк, до дня досрочного расторжения Договора включительно, исходя из следующих процентных ставок: 0,1% годовых – по депозитам в валюте РФ; 0,01% годовых – по депозитам в долларах США и евро При расчете процентов используется фактическое количество календарных дней в году (365 или 366 дней)
Валюта депозита	рубли РФ/ доллары США/ евро
Порядок выплаты процентов	Проценты выплачиваются в день окончания срока депозита.
	В случае если день выплаты процентов приходится на нерабочий день, проценты выплачиваются в первый, следующий за ним, рабочий день. Проценты за этот нерабочий день начисляются по ставке Договора.
Порядок возврата суммы депозита	В день окончания срока депозита Банк перечисляет сумму депозита и причитающиеся Клиенту проценты на расчетный счет Клиента.
Пролонгация договора	Возможна, на условиях, опубликованных на официальном интернет–сайте Банка по состоянию на последний рабочий день, предшествующий дате окончания срока депозита.

Депозит «Пополняемый»

Депозит с возможностью пополнения суммы предусматривает распространение процентной ставки на дополнительные взносы, как представлено в Таблице 5.

Таблица 5

Условия депозита «Пополняемый»

Валюта депозита	рубли РФ/ доллары США/ евро

Минимальная сумма	не ограничена
Максимальная сумма депозита	до 100 млн. руб., 10 млн долларов США/евро
Срок депозита	от 31 до 366 дней
Продолжение Таблицы 5	
Процентная ставка	в зависимости от суммы и срока депозита
Увеличение суммы депозита	предусмотрено в течение первой половины срока
Минимальный размер дополнительного взноса	10% от первоначальной суммы депозита
Ограничение на максимальную сумму средств, размещаемых в депозит	не более 201% от первоначальной суммы депозита
Частичный отзыв суммы депозита	не предусмотрен
Досрочный отзыв депозита	не предусмотрен
Валюта депозита	рубли РФ/ доллары США/ евро
Порядок начисления процентов	Проценты по депозиту начисляются со дня, следующего за днем поступления денежных средств в Банк, до дня окончания срока депозита включительно. При расчете процентов используется фактическое количество календарных дней в году (365 или 366 дней)
Порядок начисления процентов при досрочном расторжении банком договора в случае предъявления к	Проценты по депозиту начисляются со дня, следующего за днем поступления денежных средств в Банк, до дня досрочного расторжения Договора включительно, исходя из следующих процентных ставок:
депозитному счету клиента требований о бесспорном списании денежных средств, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации	0,1% годовых — по депозитам в валюте РФ; 0,01% годовых — по депозитам в долларах США и евро. При расчете процентов используется фактическое количество календарных дней в году (365 или 366 дней)
Порядок выплаты процентов	Проценты выплачиваются в день окончания срока депозита.
	В случае если день выплаты процентов приходится на нерабочий день, проценты выплачиваются в первый, следующий за ним, рабочий день. Проценты за этот нерабочий день начисляются по ставке Договора.
Порядок возврата депозита	В день окончания срока депозита Банк перечисляет сумму депозита и причитающиеся Клиенту проценты на расчетный счет Клиента.
Пролонгация договора	Возможна, на условиях, опубликованных на официальном

	интернет–сайте Банка по состоянию на последний рабочий день, предшествующий дате окончания срока депозита.

Депозит «Отзываемый». Депозит с возможностью досрочного отзыва, без возможности пополнения суммы, позволяющий в случае непредвиденных обстоятельств воспользоваться размещенными средствами для финансирования текущей деятельности. Условия представлены в табл. 6.

Таблица 6

Условия депозита «Отзываемый»

Валюта депозита	рубли РФ/ доллары США/ евро
Минимальная сумма депозита	не ограничена
Максимальная сумма депозита	до 100 млн. руб., 10 млн долларов США/евро
Срок депозита	от 31 до 366 дней
Валюта депозита	рубли РФ/ доллары США/ евро
Процентная ставка	в зависимости от суммы и срока депозита
Увеличение суммы депозита	не предусмотрено
Частичный отзыв суммы депозита	не предусмотрен
Досрочный отзыв депозита	Предусмотрен, начиная с 7 дня срока депозита с письменным уведомлением Банка в свободной форме за 3 рабочих дня до предполагаемой даты досрочного отзыва.
Порядок начисления процентов	Проценты по депозиту начисляются со дня, следующего за днем поступления денежных средств в Банк, до дня окончания срока депозита включительно. При расчете процентов используется фактическое количество календарных дней в году (365 или 366 дней).
Порядок начисления процентов при досрочном отзыве клиентом суммы депозита	Проценты по депозиту начисляются со дня, следующего за днем поступления денежных средств в Банк, до дня досрочного отзыва суммы депозита включительно, исходя из следующих процентных ставок: 0,1% годовых — по депозитам в валюте РФ; 0,01% годовых — по депозитам в долларах США и евро. При расчете процентов используется фактическое количество календарных дней в году (365 или 366 дней)
Порядок начисления процентов при досрочном расторжении банком	Проценты по депозиту начисляются со дня, следующего за днем поступления денежных средств в Банк, до дня досрочного расторжения Договора включительно,

договора в случае предъявления к депозитному счету клиента требований о бесспорном списании денежных средств, предусмотренных действующим	исходя из следующих процентных ставок: 0,1% годовых — по депозитам в валюте РФ; 0,01% годовых — по депозитам в долларах США и евро. При расчете процентов используется фактическое количество календарных дней в году (365 или 366 дней).
Продолжение Таблицы 6	
законодательством Российской Федерации	
Порядок выплаты процентов	Проценты выплачиваются в день окончания срока депозита.
	В случае если день выплаты процентов приходится на нерабочий день, проценты выплачиваются в первый, следующий за ним, рабочий день. Проценты за этот нерабочий день начисляются по ставке Договора.
Порядок возврата депозита	В день окончания срока депозита Банк перечисляет сумму депозита и причитающиеся Клиенту проценты на расчетный счет Клиента.
Пролонгация договора	Возможна, на условиях, опубликованных на официальном интернет–сайте Банка по состоянию на последний рабочий день, предшествующий дате окончания срока депозита.

Порядок размещения денежных средств в депозиты «Классический»/ «Пополняемый»/ «Отзываемый».

Для размещения денежных средств в депозиты на предлагаемых условиях необходимо предоставить в Банк на бумажном носителе или с использованием системы дистанционного банковского обслуживания (АС «Клиент–Сбербанк», АС «СПЭД», АС «Сбербанк Бизнес ОнЛ@йн», АС «Интернетбанк») Заявление о присоединении.

Договор банковского вклада (депозита) заключается на основании Заявления о присоединении к Условиям размещения денежных средств юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и физических лиц, занимающихся частной практикой в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, во вклад (депозит), определяющим порядок взаимодействия сторон и к Условиям депозитов («Классический»/»Пополняемый»/»Отзываемый»), опубликованным на

официальном Интернет–сайте Банка на дату приема Банком Заявления о присоединении.

При наличии расчётного счета в структурном подразделении Банка, в которое передается Заявление о присоединении, и достаточности средств на указанном счете есть возможность дать указание Банку самостоятельно осуществить перевод суммы депозита на депозитный счет, заполнив соответствующие реквизиты Заявления.

Возможны вложения денежных средств в неснижаемый остаток, условия предоставления данной услуги представлены в Таблице 7.

Таблица 7

Условия неснижаемого остатка на расчётном счете

Валюта	Рубли РФ/ доллары США /евро
Минимальная сумма	500 тысяч рублей/ 20 тысяч долларов США/ 15 тысяч евро
Максимальная сумма	до 100 млн. руб./10 млн долларов США/евро
Срок поддержания	от 7 до 1096 дней
Процентная ставка	в зависимости от суммы и срока поддержания неснижаемого остатка на счете
Порядок выплаты процентов	Проценты выплачиваются не позднее 5 рабочего дня месяца, следующего за календарным месяцем, в котором завершился срок поддержания Клиентом неснижаемого остатка на счете

Порядок размещения денежных средств в виде неснижаемого остатка на расчётном счете:

Для размещения денежных средств в виде неснижаемого остатка на расчётном счете на предлагаемых условиях необходимо предоставить в Банк на бумажном носителе или с использованием системы дистанционного банковского обслуживания (АС «Клиент–Сбербанк», АС «СПЭД», АС «Сбербанк Бизнес ОнЛ@йн», АС «Интернетбанк») Заявление о присоединении.

Сделка неснижаемого остатка на расчётном счете заключается на основании Заявления о присоединении к Условиям размещения денежных средств в виде неснижаемого остатка на расчётном счете Клиента,

определяющим порядок взаимодействия сторон и к Условиям неснижаемого остатка на расчётном счете, опубликованным на официальном Интернет–сайте Банка на дату приема Банком Заявления о присоединении.

Простые векселя Сбербанка России.

Вексель - универсальный финансово–расчетный инструмент.

Преимущества.

Простой вексель Сбербанка России – ценная бумага, содержащая письменное безусловное долговое абстрактное денежное обязательство Банка перед векселедержателем.

Это инструмент:

1. для быстрых и удобных расчетов за товары, работы, услуги;

2. для выгодного вложения денежных средств с целью получения дохода;

3. для использования в качестве обеспечения при получении в Банке кредита или гарантии.

Векселя Сбербанка России оформляются на бланках, имеющих высокую степень защиты от подделок и отпечатанных на МПФ филиала ФГУП ГОЗНАК.

В Сбербанке России создана электронная база по всем выпущенным векселям. Вексель может быть передан другому лицу посредством передаточной надписи (индоссамента). Индоссамент проставляется за собственноручной подписью Векселедержателя или поверенного по доверенности на обороте векселя. Каждый индоссамент должен иметь порядковый номер. Частичный индоссамент недействителен.

Векселя Сбербанка России выдаются структурными подразделениями Банка, уполномоченными на совершение операций с векселями. Выдача векселя производится на основании Договора выдачи. По желанию клиента Договор может быть заключен в одном филиале Банка, а выдача векселей произведена в филиале, расположенном в другом городе.

Сбербанк выдает следующие виды простых векселей:

1. процентный вексель с номиналом в рублях и иностранной валюте, доход по которому выплачивается в виде процентов, начисляемых на вексельную сумму (номинал);

2. дисконтный вексель с номиналом в рублях и иностранной валюте, доход по которому выплачивается в виде разницы между вексельной суммой (номиналом) и ценой реализации векселя первому Векселедержателю.

Процентные векселя выдаются со следующими сроками платежа:

1. «по предъявлении, но не ранее определенной даты и не позднее определенной даты»;

2. «по предъявлении, но не ранее определенной даты».

Дисконтные векселя выдаются со следующими сроками платежа:

1. «на определенный день»;

2. «по предъявлении, но не ранее определенной даты».

Сбербанк выдает также простые конвертируемые векселя (процентные и дисконтные) — вексель номинирован в долларах США или евро и содержит оговорку платежа в валюте Российской Федерации, т. е. оплачивается Сбербанком в валюте Российской Федерации. Первый векселедержатель приобретает вексель за валюту Российской Федерации. Условия предоставления векселей отображено в табл. 8.

Таблица 8

Векселя, предоставляемые Сбербанком России
на сегодняшний день

Виды валют номиналов векселей	рубль	доллар США	евро	англий-ский фунт стерлингов	швейцарс-кий франк	японская йена
Вексельные суммы (номиналы векселей):						
для корпоративных клиентов						
min	5 000	5 000	5 000	5 000	10 000	500 000
max	100 000 000	1 000 000	1 000 000	500 000	1 000 000	100 000 000
для индивидуальных предпринимателей						
min	5 000	1 000	1 000	5 000	10 000	500 000
max	5 000 000	201 000	201 000	100 000	250 000	25 000 000
Сроки размещения:						
min	14 дней					

max	1 096 дней (3 года)					
Суммы размещения по одному Заявлению о присоединении:						
для корпоративных клиентов						
min	5 000	5 000	5 000	5 000	10 000	500 000
						Продолжение Таблицы 8
max(не включительно)	100 000 000	10 000 000	10 000 000	500 000	1 000 000	100 000 000
для индивидуальных предпринимателей						
min	5 000	1 000	1 000	5 000	10 00	500 000
max(не включительно)	5 000 000	201 000	201 000	100 000	250 000	25 000 000
Возможность начисления дохода:						
«по предъявлении, но не ранее определенной даты и не позднее определенной даты»	доход начисляется согласно ставкам дохода		доход не начисляется			
«по предъявлении, но не ранее»	доход не начисляется					
Валюта выплаты по векселю*(при оплате)	рубль	доллар США	евро	англий-ский фунт стерлингов	швейцарс-кий франк	японская йена

Сроки платежа.

1. «по предъявлении, но не ранее определенной даты» – вексель должен быть предъявлен к оплате в течение года с даты, указанной на векселе. Если

- по процентному векселю – по дату оплаты (включительно) в пределах установленного срока платежа (т.е. одного года с даты, указанной на векселе),
- по дисконтному векселю – по дату наступления срока платежа (включительно), указанную на векселе.

2. «по предъявлении, но не ранее определенной даты и не позднее определенной даты» – вексель должен быть предъявлен к оплате в срок, указанный на векселе (например, «по предъявлении, но не ранее 21.09.2012г, и не позднее 23.09.2012г.»). Доход по векселю начисляется за период с даты составления (не включая) по дату оплаты (включительно) в пределах

установленного срока платежа;

3. «на определенный день» – вексель должен быть предъявлен к оплате в срок, указанный на векселе, либо в один из 2–х следующих рабочих дней. Доход по векселю начисляется за период с даты составления (не включая) по дату оплаты (включительно) в пределах установленного срока платежа.

В случае если в период срока платежа вексель не предъявлен к оплате в Сбербанк, то векселедержатель вправе предъявить его к оплате в течение последующих трех лет (Положение о простом и переводном векселе, введенном в действие Постановлением ЦИК СССР и СНК СССР от 07.08.1937 № 104/1341), после чего обязательство Сбербанка по оплате векселя утрачивает силу. Например: вексель сроком платежа «по предъявлении, но не ранее 22.05.2014 г.» может быть предъявлен векселедержателем к оплате как в течение года, начиная с 22.05.2014 г. по 22.05.2014 г., так и в течение последующих трех лет с 23.05.2014 г. по 23.05.2015 г. – в период срока давности. Начиная с 24.05.2015 г. обязательство по оплате векселя утрачивает силу.

Можно самостоятельно рассчитать ценовые параметры векселя Сбербанка России, воспользовавшись Калькулятором для расчета цены реализации и номинала дисконтных векселей.

Оплата векселей.

Векселя Сбербанка России оплачиваются структурными подразделениями Банка, уполномоченными на совершение операций с векселями (филиальная сеть). Для оплаты векселя, по которому наступил срок платежа, необходимо предоставить в Банк: вексель, Акт приема–передачи (на оплату векселя), а также Документы клиента, необходимые для совершения операций. Вексель может быть принят к досрочной оплате (до наступления срока платежа по нему) на условиях, установленных Сбербанком. При этом, необходимо предоставить в Банк: вексель, Соглашение о досрочной оплате векселя, Акт приема–передачи (на оплату векселя), а также Документы клиента, необходимые для совершения операций.

В зависимости от времени обращения в подразделение Банка векселя могут быть оплачены в день их предъявления либо на следующий рабочий день (при наличии у представителя векселедержателя полномочий на перенос даты оплаты векселей).

Данные по суммам 100 млн. руб.,10 млн долларов США/евро и выше можно посмотреть в Таблице 9.

Таблица 9

Привлечение средств в объеме 100 млн. руб., 10 млн долларов США/евро

Инструмент	Описание	Валюта	Сроки
Депозиты	Денежная сумма, принятая банком от клиента, которую банк обязуется возвратить клиенту и выплатить %.	Рубли РФ / доллары США/ евро	От 7 до1096 дней
Неснижаемый остаток на расчетных счетах	Сумма денежных средств, которую клиент обязуется поддерживать на расчётном счете в течение оговоренного с банком срока	Рубли РФ / доллары США / евро	От 7 до 1096 дней
Депозиты с возможностью частичного отзыва и пополнения размещаемой суммы	Банковский продукт, сочетающий ценовые условия и возможность использования части размещенных средств	Рубли РФ / доллары США / евро	От 31 до 365 дней
Простые векселя Сбербанка России	Документарная ценная бумага, являющаяся универсальным финансово-расчетным инструментом	Рубли РФ / доллары США / евро	От 14 до 1096 дней

Возможно вложение денежных средств клиентом в валюты отличные от рублей, долларов США и евро, они представлены в Таблице 10.

Таблица 10

Инструменты в валютах, отличных от рублей, долларов США, евро

Инструмент	Описание	Валюта	Сроки
Депозиты	Денежная сумма, принятая банком от клиента и банк обязуется возвратить клиенту и выплатить проценты	Фунты стерлингов/ швейцарские франки/ японские йены	От 7 до 1096 дней
		Канадские доллары/ австралийские доллары	От 7 до 366 дней
Неснижаемый остаток на расчетных счетах	Сумма денежных средств, которую клиент обязуется поддерживать на р/счете в течение оговоренного срока	Фунты стерлингов/ швейцарские франки/ японские йены	От 7 до 1096 дней
		Канадские доллары/ австралийские	От 7 до 366 дней

В Сбербанке предоставляются кредиты индивидуальным предпринимателям и организациям. Спектр предлагаемых видов широк, но наиболее востребованными являются лишь некоторые из них.

Кредит «Доверие» Сбербанка России – эффективное финансовое решение для развития бизнеса.

Кредит «Доверие» Сбербанка России предоставляется собственникам бизнеса, индивидуальным предпринимателям и малым предприятиям с годовой выручкой до 60 млн рублей.

- размер кредита до 3 млн рублей;
- не требуется предоставление залога по кредиту;
- отсутствие комиссий по кредиту;
- срок рассмотрения кредитной заявки — до 3 рабочих дней;
- не требуется подтверждение цели кредитования.

Требуемые документы для рассмотрения кредитной заявки: анкета; паспорт гражданина РФ – для ИП, паспорта участников – для юридического лица; учредительные и регистрационные документы юридического лица / индивидуального предпринимателя; документы по хозяйственной деятельности.

«Экспресс–Авто» – кредит на приобретение транспортного средства для бизнеса или личного пользования. Для оформления кредита «Экспресс–Авто» не требуется предоставление дополнительного залога и клиенту не придется отвлекать значительные средства из оборота бизнеса, так как первоначальный взнос по кредиту – от 10%. Кредитный продукт «Экспресс–Авто» позволит

приобрести любой новый или подержанный автомобиль российского или иностранного производства: легковой автомобиль, грузовой транспорт, легкий коммерческий автотранспорт, спецтехнику различного назначения, прицепы и полуприцепы.

Преимущества «Экспресс–Авто»: быстрое принятие решения о выдаче кредита — до 3 рабочих дней; отсутствие комиссий за выдачу и досрочное погашение по кредиту; не требуется предоставление дополнительного залога по кредиту кроме приобретаемого транспорта; размер кредита – до 5 млн рублей; минимальный первоначальный взнос – от 10%; минимальный пакет документов для оформления; льготы в виде сниженной процентной ставки по кредиту для отдельной категории заемщиков.

«Бизнес–Оборот» – кредит индивидуальным предпринимателям и малым предприятиям на пополнение оборотных средств для производства, торговли и предоставления услуг.

В рамках кредита «Бизнес–оборот» возможно: приобрести сырье и полуфабрикаты для производства; пополнить товарные запасы; осуществить текущие расходы на бизнес; формировать гарантийные взносы на участие в тендерах.

Кредит «Бизнес–Оборот» - это возможность предоставления денежных средств только под залог товарно-материальных запасов; возможность выдачи частично необеспеченных кредитов; увеличенные сроки кредитования; различные варианты форм кредитования.

Возможные виды обеспечения для получения кредита: транспортные средства; оборудование; товарно-материальные ценности;

объекты недвижимости; ценные бумаги; поручительство собственников бизнеса; гарантии субъектов Российской Федерации или муниципальных образований; поручительство Фондов поддержки малого бизнеса; сельскохозяйственные животные; гарантии других банков.

Кредит «Бизнес–овердрафт» подходит для тех клиентов, которые

сталкиваются с проблемой временной нехватки на счете достаточного объема денежных средств для оплаты товаров или услуг поставщиков.

Воспользоваться предложением ОАО «Сбербанк России» и оформить кредит «Бизнес–Овердрафт» для индивидуальных предпринимателей и малых предприятий возможно с годовой выручкой не более 400 млн рублей.

Кредит «Бизнес–Овердрафт» открывается к счетам клиентов, открытым в ОАО «Сбербанк России». При расчете суммы кредита учитываются обороты по счетам, открытым в ОАО «Сбербанк России» и в других банках.

Это наиболее популярные кредиты, так как они наиболее просты в получении. Рассмотрение заявки происходит в более короткие сроки. Сбор необходимых документов относительно невелик.

ГЛАВА 3. УСТОЙЧИВОЕ ПАРТНЕРСТВО БАНКА И ПРЕДПРИЯТИЯ–ЗАЕМЩИКА КАК СПОСОБ СНИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ

3.1. Взаимоотношения со средним и малым бизнесом, проблемы и пути совершенствования кредитования юридических лиц

Для экономики современной Карелии большое значение имеет банковское кредитование, позволяющее организациям использовать значительные заемные ресурсы для расширения производства и обращения продукции. Кредитование

юридических лиц как фундаментальная составляющая деятельности банков является существенным источником инвестиций, содействует непрерывности и ускорению воспроизводственного процесса, укреплению экономического потенциала субъектов хозяйствования и способно занять основное место в объеме банковских операций, приносящих доход. Но, все же, обладая значительными позитивными качествами, кредитование предприятий в современной экономике Карелии не реализовало их еще в полной мере.

Формирование кредитных отношений между банками и заемщиками на основе кредитных договоров имеет ряд специфических проблем, характерных именно для нынешнего состояния казахстанской экономической реальности. Наличие данных проблем позволяет говорить о необходимости существенной корректировки, как кредитной политики банков, так и методологии регулирования их деятельности со стороны ЦБ.

Сектор малого и среднего бизнеса является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Здесь создается и циркулирует значительная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для крупного и корпоративного бизнеса. Однако на сегодняшний день остаются нерешенными многие проблемы, связанные с развитием малого и среднего предпринимательства.

В Карелии уровень развития малого и среднего бизнеса в настоящее время не соответствует потребностям экономики республики. Рост производства продукции работ услуг на малых и средних предприятиях явно не отражает их потенциала в условиях рыночной экономики. По–прежнему низкой остается доля малых предприятий.

В современных условиях развития рынка кредитования субъектов малого и среднего бизнеса коммерческими банками выделяют три основных сценария развития рынка кредитования малого и среднего бизнеса:

1. Оптимистический в условиях которого будет создан нормативно–

правовой механизм, финансовая отчетность станет «прозрачной», рост малого и среднего бизнеса будет иметь большой масштаб, что позволит увеличить рынок кредитования.

2. Стабильный, то есть будет создан механизм субсидирования процентных ставок и осуществлена государственная поддержка малого и среднего бизнеса решены проблемы с залоговым обеспечением предприятий, что также позволит увеличить рынок кредитования.

3. Негативный – произойдет изменение кредитной политики коммерческими банками, будут иметь место разногласия в законодательном обеспечении функционировании предприятий малого и среднего бизнеса при этом объем рынка кредитования значительно уменьшится.

Последние несколько лет кредитование малого и среднего бизнеса (МСБ) росло небывалыми темпами. Объем выданных средств увеличивался в геометрической прогрессии. Большинство банков начало развивать специализированные программы кредитования малого бизнеса. Возросшая конкуренция среди банков явилась фактором улучшения условий для клиентов. Возросла возможность индивидуального подхода к клиенту при рассмотрении вопросов выдачи кредитов. Были увеличены сроки и суммы кредитов, снижены ставки и требования к залогам, упрощена и ускорена процедура принятия кредитных решений. Сервис стал качественнее, в отделениях появились специализированные консультанты.

Малый бизнес испытывает постоянную потребность в дополнительных финансовых ресурсах, как для открытия новых предприятий, так и для развития уже существующих. Удобная форма кредитования будет способствовать становлению малого бизнеса и увеличению его доли в экономике региона и страны в целом. За последние три–четыре года объем кредитования малого бизнеса вырос на 80 %. Потребность данной отрасли в заемных средствах сегодня удовлетворяется не более чем на 15 – 17 %.

Возвращаясь к вопросу ужесточения требования к заемщикам, можно

резюмировать, что кредитование бизнеса в каждом конкретном случае зависит от перспективы хорошей адаптации в нынешних условиях в выбранном сегменте реального сектора экономики. При рассмотрении заявки банки обращают особое внимание на возможность оперативной корректировки или переориентации бизнеса, поскольку это является преимуществом именно представителей малого бизнеса перед гигантами индустрии. Но кредитование малого и среднего бизнеса строится не только на возможностях его быстрого реагирования на изменения экономической ситуации и конъюнктуры рынка, но также зависит от кредитной истории. Этот фактор имел большое значение во все времена и не зависит ни от каких кризисов. Именно поэтому целесообразно кредитование бизнеса проводить по всем правилам. Каждый предприниматель, подавая заявку, должен быть готов к вопросам о перспективах развития собственного бизнеса и должен уметь обосновать планируемую прибыль, расходы и сроки возврата долга. В этом случае у него не возникнет проблемы кредитования, и он сможет получить требуемую сумму. Среди бизнесменов сложилось представление, что кредитование юридических лиц выполняется кредитными организациями менее охотно, чем этих же предпринимателей в качестве физических лиц. Эта ситуация объясняется довольно просто – контроль за доходом физического заемщика на практике осуществить гораздо проще, чем аналогичный контроль за деятельностью даже небольшой организации. В реальности разницы для получения кредита физическим или юридическим лицом нет (условия и ставки практически одинаковые), поэтому, если организация способна убедительно подтвердить свои доходы, то проблемы кредитования обойдут эту организацию стороной.

Основными проблемами, возникающими при кредитовании малого и среднего бизнеса являются следующие факторы:

1.Одной из основных проблем является использование нелегитимных схем ведения бизнеса, ведение «двойной бухгалтерии», а также умышленное сокрытие полной информации (в первую очередь, об имеющихся долгах).

Примерно в половине случаев отчетность не отражает реального финансово–экономического состояния деятельности предприятия. Зачастую заемщик не отдает себе отчета, что первой и главной жертвой в такой ситуации выступит его собственный бизнес: значительное увеличение долговой нагрузки приведет к ухудшению финансовых показателей деятельности предприятия. В то время как в ряде банков практикуется возможность индивидуального рассмотрения финансового положения компании и разработка более гибких условий погашения кредита. Ведь низкий уровень прозрачности бизнеса не позволяет в полной мере подойти к его анализу и оценке;

2. Вторая проблема – нехватка надежных залогов. Следует, однако, отметить, что в последнее время требования к залогу становятся менее строгими. В качестве залога банки принимают квартиры или жилые дома с земельным участком, а залогодателем может выступать как учредитель (генеральный директор), так и третье лицо. Но часть предприятий не имеет своей собственности, которую можно предложить в качестве залога. Помещения, оборудование, транспорт, как правило, могут арендоваться, а производимый товар не обладает достаточной степенью ликвидности. У ряда банков стали появляться также стандартные кредитные продукты для данной категории клиентов, которые предоставляются без залога. Тем не менее, для большинства банков при определении процентной ставки немаловажным фактором является ликвидность предоставляемого заемщиком залогового обеспечения: чем ликвиднее залог, тем дешевле обойдется кредит. Если некоторые программы не предусматривают залогового обеспечения, за это придется расплачиваться повышенными процентами, ограниченными суммами и сроками кредитования;

3. Следующая проблема, с которой сталкиваются многие предприниматели, планирующие начать собственный бизнес, это то, что не каждый банк возьмется за кредитование нового предприятия. Такой бизнес в банковских кругах принято называть «старт–ап». Обычно банк начинает свою работу с клиентом с анализа риска и финансовых показателей прошлых лет.

Банки полагают, что кредитование малого бизнеса на стадии его создания сопряжено со значительными рисками и не кредитует «стартовый бизнес». Если же это «старт–ап», то потенциальному клиенту просто нечего предоставить банку для анализа. В таких ситуациях клиенты зачастую используют средства банка, не сообщая ему о целях кредитования, например, руководители предприятий, оформляют кредиты как физические лица, то есть посредством механизмов потребительского кредитования. Для погашения таких кредитов они в последствии будут вынуждены изымать денежные средства из оборота и обналичивать их.

Еще одним проблемным этапом в получении средств на развитие бизнеса является составление качественного бизнес–плана. Прежде чем идти в банк, предприниматель должен изучить сегмент рынка, в котором он планирует работать, оценить свои возможности и нужды, чтобы сформировать максимально реалистичный и адекватный условиям рынка бизнес–план. Зачастую именно невысокая финансовая грамотность владельцев малых предприятий, неумение четко сформулировать свои потребности в финансировании и достойно представить свой бизнес приводит к получению отказа со стороны банка. Многие предприниматели даже не имеют расчётного счета, и не могут предоставить необходимые для кредитования документы вследствие отсутствия правильно оформленной бухгалтерской отчетности. Часть заемщиков не планируют свои кредитные займы, другие даже не знают, как с умом можно было бы потратить денежные средства, третьи не могут составить бизнес – план и так далее. Банки же предпочитают работать с дисциплинированными и ответственными заемщиками, грамотно планирующими развитие своего бизнеса.

Немаловажной проблемой является то, что большинство предприятий имеют нестабильное финансовое положение, занимают неустойчивую позицию на рынке, имеют нерегулярный доход, вызывая сомнения в своей платежеспособности. Также укрываясь от уплаты налогов предприятия не все

свои обороты проводят по расчётному счету, вследствие чего снижается лимит кредитования или же предприятие получает отказ от банка.

Сами бизнесмены приводят несколько другие данные. Согласно статистике, порядка 15% представителей малого и среднего бизнеса не берут кредит по причине высоких процентных ставок. На самом деле привести среднее значение ставки по кредитованию малого и среднего бизнеса достаточно сложно. Всё потому, что в зависимости от вида кредитного инструмента, суммы кредита, периода времени, на который он предоставляется, залогового обеспечения, а также валюты, в которой выдается кредит, процентная ставка может изменяться от 10 до 19% годовых. Другой причиной не слишком высокой популярности кредитов в среде малого и среднего бизнеса, которую привели около 23% предпринимателей, являются требования банка по предоставлению поручителей. И, наконец, порядка четверти всех бизнесменов не прибегают к использованию кредитных инструментов из–за необходимости предоставления залога. Основная причина этого заключается в низкой стоимости активов предприятий малого бизнеса. Существуют и беззалоговые кредитные инструменты, однако сумма кредита в данном случае, как правило, не превышает 500–700 тысяч руб. Это мало даже для “малого” предприятия, не говоря уже о среднем. Сбербанк делает шаги в решении этой проблемы и в настоящее время по беззалоговому кредиту «Доверие» увеличен до 3 млн. руб. для клиентов с хорошей кредитной историей, имеющих долгосрочные отношения с банком.

Необходимо также отметить, что существует зависимость между получением кредита и видом залога. Чем больше скорость реализации залога, тем больше вероятность получения бизнесменом кредита. В случае если залогом являются, например продовольственные, фармацевтические товары или бытовая химия, срок хранения которых составляет менее полугода, банки выдают кредит неохотно. Это связано с тем, что в случае непогашения кредита, банку сложно будет реализовать залог до истечения срока его годности.

Итак, выделим основные проблемы кредитования нового бизнеса:

- создаваемый бизнес – зона повышенных кредитных рисков для банка;
- отсутствие стабильного дохода, то есть невозможность произвести анализ и оценку бизнеса, оценить платежеспособность заемщика;
- отсутствие залогового обеспечения и поручителей;
- недостаточно развитая методология оценки банковских рисков;
- отсутствие четких банковских механизмов анализа бизнес проектов.

Обобщая всё сказанное выше, можно сказать, что малый или средний бизнес, который имеет наиболее высокие шансы получить необходимый ему кредит в требуемом размере – это предприятие, оперирующее на рынке данного региона не менее полугода, приносящее своим владельцам стабильную прибыль, а также имеющее чёткие перспективы развития. Если же говорить об общем о кредитовании малого и среднего бизнеса в нашей стране, то несмотря на рост данного сегмента рынка кредитных услуг в последние несколько лет, ему необходимо дальнейшее развитие по целому ряду направлений. Среди них совершенствование системы оценки предприятий малого и среднего бизнеса, создание новых кредитных программ, снижение процентных ставок, улучшение условий кредитования и так далее. Однако, несмотря на высокие темпы роста, объемы кредитования малого и среднего бизнеса, по оценкам экспертов, смогут догнать объёмы кредитования в развитых странах не ранее, чем через 15 лет.

Несмотря на сложности, развитие кредитования имеет положительные перспективы. Связано это, в первую очередь с тем, что государство серьезно относится к вопросам оказания поддержки малого бизнеса, о чем регулярно высказывается глава нашей страны. Например, крупные банки поощряют постоянных клиентов. Это выражается в упрощённой форме получения кредита, а также в снижении процентной ставки. Так, например, хорошая кредитная история может снизить процентную ставку на 0,5%. Для бухгалтерии малого предприятия принципы кредитования также имеют свои положительные аспекты: списание процентов по кредиту на «внереализационные» расходы,

снижение налогооблагаемой базы на прибыль, использование в качестве залога не только имущества и активов компании, но и товаров в обороте. Поэтому можно сказать, что кредитование малого и среднего бизнеса имеет положительные перспективы, несмотря на кризис. Для решения проблем кредитования бизнеса необходимо комплексный и системный подход. Поддержка должна исходить как со стороны малого бизнеса, так и государства. Основная же задача банков в условиях развития кредитования – повышение доверия предпринимателей к своим банковским продуктам. Важно понять, что банк не противник малого бизнеса, а деловой партнер. Банк тоже заинтересован в процветании малого бизнеса, поскольку от этого будет зависеть доходность операций кредитования бизнеса.

Основными направлениями совершенствования системы кредитования малого и среднего бизнеса должны стать:

- разработка мероприятий по снижению рисков кредитования малых субъектов предпринимательства;
- внедрение стандартизированных процедур, позволяющих снизить себестоимость операций по кредитованию и сократить срок рассмотрения заявок предприятий;
- увеличение срочности пассивов, что позволит снизить разрывы между активами и пассивами по срокам востребования и погашения;
- осуществление мероприятий на федеральном и региональном уровне по созданию «благоприятной среды» для малых субъектов предпринимательства.

Решение всего комплекса этих вопросов возможно при наличии продуманной государственной политики поддержки малого предпринимательства, поддержки муниципальных программ развития малого бизнеса. Сейчас изменения происходят молниеносно, поэтому нельзя, единожды разработав законопроект, удержать данный бизнес в его рамках. Необходимо динамичное изменение законодательной базы, согласованное с требованиями

рынка.

В настоящий момент лидером в области кредитования юридических лиц является Сбербанк России. На 01.11.2013 кредиты предприятиям (включая ИП) составляют 6926521 млн рублей, при этом прирост за месяц составил 2,4 %, а с начала года – 13,5%. Кредиты ИП из общей доли составляют 209152 млн рублей, прирост за месяц составил 2,1%, а с начала года – 32,3 %. Доля кредитов индивидуальным предпринимателям из общего количества кредитов юридическим лицам составляет 3,0 %

При этом Сбербанк постоянно увеличивает свою клиентскую базу, расширяет спектр оказываемых услуг. Сбербанк, предлагает на данный момент одни из самых выгодных условий. С недавнего времени он увеличил максимальные сроки залогового кредитования с трех до пяти лет, а беззалогового – с полутора лет до трех. Кроме того, под категорию «малый бизнес» сейчас подпадают все предприятия с годовой выручкой до 400 млн рублей против обозначенных ранее 60 млн рублей. Используя свое основное преимущество – региональную сеть – Сбербанк развивает работу специализированных центров развития малого бизнеса, которые помимо стандартных услуг (открытие и ведение счетов, расчётно-кассовое обслуживание, кредитование) будут заниматься оказанием и консалтинговых услуг для своих клиентов.

Согласно Стратегии развития Сбербанка до 2015 года главными источниками развития конкурентных преимуществ в области обслуживания юридических лиц станут сочетание его ресурсной базы и возможностей с использованием потенциала по охвату клиентской базы, построение на базе существующей инфраструктуры и коллектива сотрудников первоклассной системы организации продаж и обслуживания корпоративных клиентов. Для достижения этих целей в рамках реализации Стратегии работа будет сосредоточена на четырех основных направлениях:

1. Построение лучшей в стране системы и организации продаж и

обслуживания корпоративных клиентов. За счет максимально четкой фокусировки на потребностях клиента и знания специфики его работы клиентский менеджер обеспечит предоставление комплексного обслуживания и высокое качество предоставляемых услуг, повысит эффективность работы с клиентом за счет активизации перекрестных продаж. Будут формализованы система обслуживания и организации продаж и система планирования операций с клиентами.

2. Дифференциация модели работы Банка и продуктового предложения по трем ключевым сегментам: крупным, средним и малым предприятиям. Необходимость дифференциации подходов к обслуживанию этих клиентских групп обусловлена существенными отличиями в потребностях клиентов в зависимости от размера их бизнеса, различной степенью охвата и проникновения Банка на различных рынках. Все три сегмента клиентов (малый, средний, крупный бизнес) имеют равный приоритет для Сбербанка: их прогнозная доля в экономическом результате корпоративного блока Банка к 2015г. будет примерно одинакова. При этом наибольший прирост ожидается в сегменте средней клиентуры.

3. Развитие продуктового ряда будет нацелено на обеспечение возможности продажи клиентам всей линейки банковских продуктов, адаптированных под нужды соответствующих сегментов. Для крупных и средних клиентов Банк усилит свои позиции по предложению услуг в области управления активами и корпоративных финансов. Для средних и малых клиентов будет расширена продуктовая линейка в сфере предоставления краткосрочных и среднесрочных средств (например, факторинг, лизинг, экспресс–кредиты и т.д.). Кроме того, для всех категорий клиентов предполагается совершенствование продуктов расчётно-кассового обслуживания и управления ликвидностью.

4. Оптимизация внутренних технологий и процессов предоставления банковских услуг будет направлена на их упрощение, стандартизацию и

автоматизацию. Это позволит, в частности, повысить эффективность процесса принятия кредитных решений, облегчить документооборот, формализовать и сделать более масштабируемой систему аналитической оценки по ряду кредитных продуктов для малого и среднего бизнеса.

Сбербанк проводит постоянную и систематическую работу с клиентами юридическими лицами по уменьшению просроченной задолженности по выданным кредитам. С начала 2013 года размер просроченной задолженности значительно снизился. Относительно хорошим индикатором уровня проблемной задолженности может быть уровень проблемных кредитов в балансе Сбербанка. Доля просроченной задолженности Сбербанка в кредитном портфеле клиентов снизилась до 3,25% против 3,36% на начало года. Видно, что снижения абсолютной доли просрочки не происходит, что отражает факт: проблемные долги, полученные банками в кризис, уходят с их балансов очень медленно, однако по кредитам, выданным позднее, накопления проблемной задолженности обычно не происходит.

Следует отметить, что как показывает практика, просрочка платежей по кредитам, выданным постоянным клиентам, клиентам, кредитующимся не первый раз, значительно меньше общего объема доли просроченной задолженности. В качестве поощрения и привлечения клиентов для таких заемщиков при рассмотрении заявок на выдачу кредита предусматривается ряд льгот (увеличение суммы кредита, срока кредитования и т.п.).

3.2. Современные тенденции повышения качества обслуживания клиентов

Коммерческие банки являются клиентоориентированными кредитными организациями, главная цель которых – удовлетворение потребностей клиентов в предоставлении банковских услуг и долговременное сотрудничество с клиентами. Конкуренция на рынке данных услуг стимулирует работу по совершенствованию качества обслуживания клиентов.

В современных банках на первые роли выдвигается банковский маркетинг

как инструмент построения конкурентно–способной внешней политики в области предложения и распределения банковских услуг, с целью динамичного развития клиентской базы. Распределение банковских услуг направлено на доведение услуг банка до конечных потребителей и включает в себя: доступность услуг для клиентов с точки зрения размещения банка, полный комплекс услуг, высококвалифицированное обслуживание, подход к каждому клиенту для успешного сотрудничества и открытое взаимодействие с клиентами, интенсивности посещения клиентами, наличия и достаточности резервов для развития банка в будущем, удобный режим работы.

Банки проводят стимулирование сбыта услуг среди своих клиентов как традиционными методами: рекламой, поощрительными акциями, купонами, конкурсами клиентов, для удержания и привлечения новых. При помощи рекламы осуществляется привлечение новых клиентов в плане услуг по кредитованию, депозитам, расширению внедрения пластиковых карт, обмена валюты, переводов и т.д. Для большего привлечения клиентов реклама размещается на телевидении, радио, билбордах, в газетах и прочих средствах массовой информации. Перспективно также размещение рекламы в поисковых системах в сети Интернет, поскольку сегодня многие потребители все больше используют Интернет для поиска банковских услуг. Многие банки создают собственные веб–сайты для удобства пользования клиентов.

Банки начали развивать самообслуживание. Они первыми раздвинули границы интерактивных систем IVR, позволяющих клиентам получать информацию о состоянии счета и осуществлять платежи по телефону. Банки ввели в обиход самообслуживание через Интернет. Интернет–банкинг является дистанционным банковским обслуживанием, при котором доступ к счетам и операциям по ним предоставляется в любое время и с любого компьютера, имеющего доступ в Интернет. Для выполнения операций используется браузер, то есть отсутствует необходимость установки клиентской части программного обеспечения системы. На сегодняшний день эта услуга очень актуальна и

удобна. Она включает в себя следующие элементы:

- выписки по счетам;
- предоставление информации по банковским продуктам (депозиты, кредиты, ПИФ и т.д.);
- заявки на открытие депозитов, получение кредитов, банковских карт и т.д.;
- внутренние переводы на счета банка;
- переводы на счета в других банках;
- конвертацию средств;
- оплату услуг.

В условиях повсеместного распространения устройств мобильной связи клиенты хотят иметь возможность связываться с банком в любое время и в любом месте. Новый канал взаимодействия – с помощью мобильных устройств – позволяет банкам предоставить клиентам уникальную возможность самообслуживания более высокого качества, сократить объем входящих вызовов и завоевать крупнейший и быстрорастущий сегмент – пользователей мобильной связи.

В связи с имеющейся тенденцией стремительного роста владельцев мобильных персональных компьютеров и смартфонов, для банков важное значение приобретает развитие стратегии самообслуживания клиентов на базе мобильных технологий. Несмотря на то, что банки по–прежнему остаются пионерами в этой области, огромный потенциал рынка мобильных услуг реализован далеко не в полной мере. Об этом говорят и недавние исследования мобильного банкинга 30 ведущих банков России. Стратегия самообслуживания многих банковских учреждений по–прежнему больше напоминает каналы самообслуживания в Интернете. Как показывает практика, этого совершенно недостаточно, поскольку такая стратегия не позволяет реализовать обширный потенциал в сфере предоставления расширенных возможностей обслуживания клиентов посредством мобильной связи.

Сегодня необходимость установления контакта клиента с оператором ограничивает возможности самообслуживания в Интернете. Как только у клиента возникают трудности при выполнении операции, требующей вмешательства оператора, пользователь приобретает негативный опыт. Канал Интернета и голосовой канал не согласованы. В результате, когда вызов поступает к оператору, ход обслуживания прерывается, и операцию приходится начинать заново, что привод к увеличению времени обработки звонка и растущему разочарованию клиента. Иными словами, разговор, который начался на одном канале, не может быть продолжен в другом. Хуже того, информация, которую клиент получает в одном канале, часто отличается и даже противоречит той, что была представлена в другом канале. А это недопустимо в банковской работе.

Мобильная связь призвана произвести переворот в современном самообслуживании. Если банки должным образом освоят мобильную связь в качестве нового канала взаимодействия, они получат возможность устранить существующие преграды и обеспечить непрерывную связь между зоной самообслуживания и отделом обслуживания клиентов банка.

Рассмотрим подробнее возможности мобильного самообслуживания.

При помощи мобильных технологий клиенты могут получить доступ к сеансу самообслуживания через приложение, которое визуально отображает алгоритм процесса обслуживания клиентов организации, начиная с IVR. Они могут пройти все этапы взаимодействия с системой самообслуживания с полной поддержкой ввода данных и сложных функций самообслуживания. В ходе этих взаимодействий с системой самообслуживания можно активно прибегать к ресурсам базы знаний для получения информации либо для извлечения или редактирования данных клиента в основных бизнес–приложениях, что в действительности дает клиенту контролируемый доступ к данным и функциям приложений.

Банки располагают отличными системами самообслуживания

посредством услуг IVR. Несмотря на это, многие клиенты предпочитают взаимодействие при помощи «визуального IVR» на экране своего телефона, облегчающего ввод буквенно-цифровых данных. В общем, сегодня пользователи устройств мобильной связи имеют доступ к обслуживанию без подключения к оператору. Банки могут значительно сократить количество входящих звонков, поступающих в контакт–центры, и в то же время предоставить клиентам расширенные возможности.

Для вызовов, требующих помощи оператора, требуется обеспечить плавный переход от канала самообслуживания к голосовому каналу. Создание такого перехода требует соединение мобильной сессии и сеанса связи с оператором. Такое обслуживание начинается с предоставления клиенту информации о текущем времени ожидания ответа оператора и предполагает возможность планирования обратного вызова. Когда вызов поступает оператору, он видит все шаги, пройденные заказчиком, а также любые введенные данные. Это избавляет клиентов от необходимости повторять информацию. Более того, поля ввода данных в основные системы могут быть уже заполнены (также возможно извлечение данных) и содержать информацию о клиентах, что создает дополнительное преимущество и позволяет еще больше сократить время обработки звонка.

Конечно, пока эти сессии (идеи) самообслуживания выходят далеко за рамки возможностей традиционных IVR или систем онлайн–самообслуживания. Пристального внимания при этом требуют вопросы обеспечения безопасности таких электронных расчетов. Однако это только вопрос времени. Мобильное самообслуживание позволяет инновационным образом использовать присущие мобильным устройствам возможности, значительно повышая степень удовлетворенности клиентов. В некоторых иностранных банках уже используются мобильные видеокамеры для удаленного размещения чеков. Клиенты также могут найти ближайший банк посредством GPS–технологии или платить по счетам путем сканирования OCR–кода, указанного непосредственно

на счете.

Мобильным устройствам суждено стать крупнейшим каналом взаимодействия клиентов с банками. Для банков же открывается прекрасная возможность стать первопроходцами в этой области. Сегодня смартфон имеет каждый четвертый банковский клиент. Степень распространения мобильных устройств в современном информационном пространстве такова, что в течение года–двух пользоваться смартфоном, скорее всего, будут три четверти клиентов. Банкам необходимо освоить стратегии мобильного самообслуживания, и чем раньше, тем лучше, иначе они рискуют потерять динамичный и перспективный сегмент пользователей.

Наиболее перспективной технологией по налаживанию долговременных контактов с существующими и потенциальными клиентами является CRM технология.

Одним из важнейших инструментов кредитных организаций является система CRM – управления взаимоотношениями с клиентами. При правильном применении она позволяет значительно увеличить эффективность банковской деятельности и таких направлениях, как клиентская работа, продажи, маркетинг, выстраивание стратегий, управление бизнес–процессами. Однако, по моему мнению, CRM–системы сегодня используются в основном лишь как хранилище клиентской базы, как инструменты анализа и базового планирования, и поэтому нет значительных шагов по совершенствованию таких систем.

Принято различать три основных вида CRM–систем: операционные, аналитические и комбинированные.

Операционные CRM предназначены для использования клиентским менеджером и другими сотрудниками банка, непосредственно взаимодействующими с клиентами. Такие системы можно назвать первым поколением технологии CRM, так как они являются «родоначальницами» систем, решавших задачи учета информации о клиентах и автоматизации процессов взаимодействия с ними. В перечень операций этих систем обычно

входят:

- сбор и отражение базовой информации о клиенте (юридические реквизиты, информация об интересах руководителей и т.п.);
- планирование взаимоотношений с клиентом;
- ведение истории взаимоотношений банка с клиентом (встречи, телефонные звонки, почтовые рассылки, предложения сотрудничества и т.п.);
- ведение этапов сделок;
- контроль за ходом деятельности клиентского менеджера.

Аналитические CRM–системы (ACRM) стали естественным развитием операционных, они призваны объединить данные, накопленные при взаимоотношениях с клиентами и продажах, с информацией из других корпоративных источников. Эти системы, основанные, по сути, на абстрактном (логическом) познании и выявлении существенной информации о клиентах и взаимоотношениях с ними, не предназначены для непосредственной работы с клиентами.

В ACRM основные этапы стандартного исследования: сбор и предварительный анализ первичной информации; выявление проблемы точек, решение которых актуально на текущем этапе; окончательный анализ для определения закономерностей и тенденций; визуализация результата для принятия решения. Аналитические CRM–системы позволяют выполнять операции по сегментации клиентской базы, а также производить анализ:

- текущего состояния рынка и внешней среды с целью выявления оптимальных путей развития банка (находить и выбирать лучшие варианты, учитывать и минимизировать необоснованные риски);
- внутренней и внешней среды с целью построения оптимальной организационной структуры;
- конкурентной среды и занимаемой доли рынка для выявления потенциально возможной ниши;
- совершаемых продаж и выполнения плана по продажам;

- взаимоотношений с клиентами.

Кроме того, ACRM выполняют учет и оценку маркетинговых компаний. Поскольку аналитические CRM–системы, в соответствии с поставленными задачами, должны объединять информацию из внутренних и внешних операционных и аналитических систем банка, они должны быть интегрированы с автоматизированной банковской системой непосредственно либо опосредованно (например, через OLAP–систему).

Комбинированные CRM–системы представляют собой комбинацию операционного и аналитического CRM. Это позволяет получить синергетический эффект от использования двух разноплановых систем, деятельность которых направлена на достижение единой цели. Применение комбинированных систем дает наибольший эффект в больших банках, где ведется специализированная работа с различными сегментами клиентской базы – например с розничным сегментом (к которому можно отнести и руководителей компаний) и корпоративным. Преимуществом здесь может быть использование совместной клиентской базы с ее историей для обоих сегментов: корпоративный использует операционную часть CRM–системы, а розничный – аналитическую часть. Дополнительным эффектом универсализации комбинированной CRM может стать упрощение системы и снижение ее специализации.

Несмотря на преимущества CRM–систем, важнейший, по моему мнению, присущий им недостаток – их относительная пассивность. Пассивный характер CRM заключается в том, что инициатором взаимодействия с системой является пользователь, при этом он не освобождает себя от рутинных операций. Для повышения активности системы целесообразно ввести в CRM интеллектуальное ядро с механизмом обратной связи.

Вычислительные возможности современных компьютерных систем позволяют задействовать элементы искусственного интеллекта, работающие в реальном времени. Поэтому предлагаемое интеллектуальное ядро должно стать модулем искусственного интеллекта CRM–системы. В такой модель

необходимо включить:

- системы прогнозирования / предсказания с учетом лучших практик, а также политической и экономической обстановки;
- экономические модели, автоматическое планирование деятельности менеджера с учетом установления показателей эффективности.

Сегодня огромный объем информации доступен в интернете, поэтому важной частью интеллектуальной системы должен стать автоматический сбор данных из сети, ускоряющий эту работу и фильтрации информации и тем самым облегчить труд менеджеров. Такая информация также может позволить интеллектуальному ядру создавать и корректировать индивидуальную стратегию взаимоотношений с каждым клиентом.

CRM–система с искусственным интеллектом может автоматически, без участия пользователя, разработать тактические планы на определенный период: сколько клиентов нужно привлечь, каких, сколько нужно встреч / звонков (по дням), темы встреч, объем и темы электронной переписки с клиентом. Например, CRM «разум» подсказывает: «Сегодня вы должны написать письмо клиенту X на тему…» На основе ответа клиента на выше письмо CRM– «разум» предлагает следующие шаги: продолжить взаимодействие, сделать паузу, переключится на другого клиента и т.д.

Инструментом управления в данном случае может стать не непосредственно интерфейс CRM, а электронные рассылки из CRM–ядра клиентским менеджерам. Письма, направляемые CRM–ядром, могут включать поручения и рекомендации по ведению деятельности на основе лучших практик и текущих знаний и внешней среде (состоянии отрасли, общей политической и экономической обстановке, предпочтительных направлениях для конкретного VIP–клиента).

Интеллектуальное ядро может также включать психологический аспект, оценивая клиентов по темпераменту, характеру и т.п. Система задаст клиенту определенные вопросы и, исходя из ответов, создаст психологический портрет,

на основе которого в дальнейшем будет строиться (и корректироваться) работа с данным клиентом. Например, если в целях проведения переговоров анализируется несколько VIP–клиентов одной компании, система может определить психологические и профессиональные приоритеты и по ним предложить клиентскому менеджеру кандидатуру – с кем лучше работать на данном этапе.

Таким образом, предлагаемая система станет полезным помощником и советчиком банковского сотрудника, повысив его вовлеченность в использование CRM–системы, а это, в свою очередь, будет способствовать более эффективному применению системы для удовлетворения потребности руководства в контроле над сотрудниками и получении необходимой отчетности для принятия управленческих решений.

Отметим и другие преимущества предлагаемой системы:

- предсказание поведения клиента. Для этого система должна поддерживать параметры и шаблоны успешного поведения; методику самообучения на основе коллективного опыта, записываемого в систему, и получаемой обратной связи о результатах применения предлагаемой стратегии;
- управление действиями сотрудника на основе коллективного опыта – когда именно позвонить клиенту, о чем желательно поговорить. Для этого система должна уметь собирать данные (в том числе из интернета и других неструктурированных источников) о темах, близких клиенту в рамках его отрасли и его интересов;
- управление принятием критических решений, определение выгодности клиента для банка. Для этого система должна уметь рассчитывать в динамике доходность потенциального клиента, определять пути взаимодействия;
- формирование рекомендаций по ведению переговоров в зависимости от их стадии и сложности (в настоящее время существует достаточно много исследований переговорного процесса, которые можно запрограммировать в

системе);

- использование системы для приема на работу и сопровождения развития клиентских менеджеров. Для этого в системе необходимо запрограммировать весь «жизненный цикл» развития сотрудника, начиная с приема на работу, а также текущий рейтинг сотрудника и действия, которые нужно предпринять для его повышения в дальнейшем (дополнительное обучение, увеличение бизнес–показателей и т.п.); проводить тестирование на начальном этапе, чтобы предложить направления развития; вести сотрудника по карьерной лестнице, предусмотреть обучение, ротацию и др.

Такая система может включать как составляющие: интерфейс пользователя, центральную базу знаний, интеллектуальное ядро (суперкомпьютер), электронную почту для управления действиями пользователя, интерфейс для контроля, узел для работы с клиентами и с клиентскими менеджерами как внутренними клиентами.

Успешная реализация такой системы требует интеллектуальной команды, готовой постоянно совершенствоваться, умеющей мыслить продуктивно, в идеале – владеющий научным подходом и методами творческого мышления. Нельзя позволить системе выйти из–под контроля. Нужны новые алгоритмы; команда разработчиков, которые будут оперативно вносить коррективы в интерфейс и логику работы, т.е. развивать систему аналогично ее саморазвивающемуся ядру. Возможно, какие–то изменения интерфейса позволительно делать интеллектуальному ядру самой системы, без участия разработчиков.

В рамках предлагаемого решения, с одной стороны, необходимо четко определить бизнес–процессы, в которых участвуют менеджеры, со сроками и измеримыми. С другой стороны, система должна быть самообучающейся, уметь вести статистику результатов, прогнозировать и действовать на основе наиболее вероятного сценария.

Внедрение CRM–системы в банке может стать важным этапом в

повышении качественных и количественных характеристик клиентской работы. Однако простое внедрение IT–решения может не дать настоящего экономического и организационного эффекта, если не усовершенствовать работу банка и не привести его внутреннюю структуру в соответствие, чтобы максимально использовать возможности CRM.

Организационные структуры, существующие в российских банках, по некоторым аспектам устарели. Причина – изначальное разделение банка на функции и направления, руководители которых имеют различные интересы и приоритеты, что затрудняет развитие кредитной организации. К сожалению, современные мировые исследования и достижения в области менеджмента стали доступны в нашей стране не так давно. С 1920–х гг. в России (и не только) и до сих пор используется линейно–функциональная организационная структура. Она была эффективна в свое время и создавалась для развития, прежде всего производства.

Современная организация банковского производства имеет все предпосылки и возможности для регулярного гибкого изменения в соответствии с динамикой внешней среды, а также для построения оптимального бизнес–процесса в соответствии с актуальными достижениями науки и внутреннего интеллектуального ядра банковского персонала. Для организации деятельности в клиентском подразделении наиболее подходит прогрессивная модификация дивизиональной организационной структуры.

Дивизиональная структура превосходит другие современные организационные архитектуры по различным параметрам. Например, популярная сегодня матричная структура не всегда удобна, ее даже можно назвать вынужденной, так как возможности управления ею относительно невысоки. Важный аргумент в пользу дивизиональной структуры – более четкая и простая, чем при линейно–функциональной структуре, передача информации между подразделениями.

Необходимость дивизиональной структуры в контексте организации

деятельности клиентского подразделения объясняется тем, что в крупных кредитных организациях, к сожалению, очень сильно бюрократические барьеры. Поэтому банку трудно быть динамичным в рамках направлений, который обычно отделены от клиентского подразделения (в данном случае IT–разработчики и аналитики клиентских стратегий и тактик). «Продвинутость» разработчиков можно объяснить тем, что это должны быть не простые кодировщики, а высококлассные специалисты, способные работать самостоятельно. В идеалы – это сотрудники с большим опытом и дополнительным банковским образованием.

Помимо IT – участников, значительную роль в развитии CRM несет аналитическое ядро клиентского подразделения. Именно оно анализирует текущую ситуацию, выявляет тенденции, получает оперативную информацию от клиентских менеджеров и на основе обработки полученных данных разрабатывает и совершенствует тактику и стратегию CRM – системы для повышения качества и количества продаж, а значит, для повышения прибыли кредитной организации, как в краткосрочный период, так и в долгосрочной перспективе.

Таким образом, стратегией работы с клиентом в рамках предлагаемой системы должна заниматься аналитическая группа в клиентском подразделении, тактикой и непосредственным взаимодействием с клиентами – клиентские менеджеры, а оперативное совершенствование и донастройку системы следует возложить на IT–специалистов.

Важнейшим преимуществом CRM можно назвать работу с негативными отзывами клиентов. Согласно статистическим исследованиям, один недовольный клиент сообщит о своем негативном впечатлении десяти знакомым. Кроме того, удержание прибыльного клиента банку обходится дешевле, чем привлечение нового клиента. Ведь если клиент знает, что обратная связь важна, что его мнение обязательно попадете историю взаимодействия с ним и поможет улучшить работу банка, то эту информацию он будет передавать

дальше и останется в данной кредитной организации.

Одним из эффективных способов повышения качества работы с недовольным клиентом и вовлечения его в процесс улучшения деятельности банка может стать предоставление ему интерфейса CRM–системы с отражением полезной для него информации, в том числе о работе клиентского менеджера и открытых мероприятиях банка. Предоставление клиенту возможности участвовать в жизни кредитной организации положительно повлияет на его лояльность, а также при помощи обратной связи поможет оперативно исправлять замеченные недостатки.

CRM применяется для принятия стратегических решений и разработки стратегии развития банка. Также CRM может служить инструментом фиксации контрольных показателей исполнения стратегии для оценки ее исполнения, реализации стратегического планирование и пр.

Существуют различные подходы к использованию CRM для всех направлений деятельности банка, не охваченных другими системами. Однако технология CRM имеет свою нишу и не должна распыляться на другие системы, т.е. должна исполнять функцию специализированного профессионального инструмента клиентского менеджера. При этом в кредитной организации необходима целевая IT–архитектура, определяющая зону ответственности и позиционирующая различные IT–решения в банковской иерархии. Для того чтобы твердо определить эту позицию, важно понять сущность этой технологии. Понимание CRM как преимущественно инструмента управления лояльностью не всегда верно. Причина – в изменении культуры клиентов. Они сегодня очень информированы, научились считать свои деньги и сравнивать банковские продукты по качеству и цене. А лояльность может оказаться временной – клиент будет работать с кредитной организацией, если ему это выгодно или по психологическим причинам (известно, у человека центров страха и опасности значительно больше, чем центров радости и удовольствия). Значит, и CRM–система должна быть настроена не только на традиционное создание

лояльности, но и на поиск новых уникальных продуктов, соответствующих потребностям населения.

Чтобы узнать и предвидеть эти потребности, как раз нужна CRM–система. Она же получит актуальную информацию о новинках конкурентов, создаст у клиента желание работать с вашим банком не только по тому, что вы этого клиента цените и поздравляете с днем рождения, но и по тому, что сам он имеет психологическую зависимость от вас и боится вас потерять. Также необходимо искать и новых клиентов, которые нуждаются именно в вашем продукте, хотя пока и сами не знают об этом. Здесь CRM–система будет также полезна кредитной организации.

CRM является и технологией взаимодействия с клиентами, и концепцией, определяющей развитие таких отношений. Концептуальные корни позволяют использовать CRM в деятельности каждого банка.

Однако CRM может быть лишь частью клиентского ядра, включающего специалистов различного профиля. Для идеального бизнеса должна быть сформирована профессиональная клиентская команда, включающая высококлассных специалистов: стратегов, маркетологов, разработчиков и продавцов банковских продуктов, IT–специалистов, оптимизаторов процессов, специалистов по оценке рисков, аналитиков, клиентских менеджеров – всех тех, кто способен использовать CRM в рамках целостного бизнес–процесса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение следует подчеркнуть, что в настоящее время работа банков с клиентами юридическим лицами по значимости и объемам выходит на уровень традиционной работы с клиентами физическими лицами, а по ряду направлений – превосходит последнюю.

Как отмечалось выше, в настоящее время банки находятся в центре экономической жизни и призваны содействовать интересам и развитию своих клиентов. В последние годы утвердилась идеология банка как партнера; партнерским отношениям присущи добровольность, заинтересованность и коммерческий характер. При существующей сегодня конкуренции за обслуживание банковских клиентов, кредитным организациям необходимо строить тактику и стратегию взаимоотношений с клиентурой, разрабатывая

индивидуальные концепции решения сложных проблем клиента банком, так как удовлетворение нужд и потребностей клиентов является главной целью банка. В связи с этим, повышаются требования к менеджерам банка, которые помимо банковских операций, должны обладать знаниями о клиентах – потребителях банковских услуг в различных аспектах, поэтому в банках в настоящее время уделяется усиленное внимание к подбору персонала, его профессиональному и личностному росту.

Сегодня только базисного уровня отношений банка с клиентами недостаточно. Банкам необходимо развивать и поддерживать партнерский уровень взаимоотношений, так как отмечено, что развитие партнерских отношений с клиентами – гарантия не только финансового успеха банка, но и его существование на рынке банковских услуг. В связи с этим, банк, в том числе и ОАО «Сбербанк России», уделяют много внимания совершенствованию как организационной структуры, имиджевой политики, оптимизации внутренних технологий, так и развитию и внедрению на рынке банковского обслуживания новых продуктов и услуг.

Как рассмотрено выше, для современной экономики большое значение имеет банковское кредитование, которое позволяет предприятиям использовать для расширения производства и роста выпуска продукции значительные заемные ресурсы. Основными проблемами, возникающими при кредитовании малого и среднего бизнеса, являются следующие факторы:

- низкий уровень прозрачности бизнеса: использование нелегитимных схем ведения бизнеса, ведение «двойной бухгалтерии», в ряде случаев умышленное сокрытие полной информации;
- нехватка надежных залогов;
- зачастую невысокая финансовая грамотность владельцев малых предприятий, нечеткое представление о потребностях в финансировании;
- нестабильное финансовое положение ряда предприятий, неустойчивая позиция на рынке;

- опасения банков при кредитовании новых предприятий, так как это сопряжено со значительными рисками.

Как отмечено выше, кредитованию малого и среднего бизнеса необходимо дальнейшее развитие по целому ряду направлений. Среди них – совершенствование системы оценки предприятий малого и среднего бизнеса, создание новых кредитных программ, снижение процентных ставок, улучшение условий кредитования, индивидуальный подход к клиенту и т.д. Решение всего комплекса этих вопросов возможно при наличии продуманной государственной политики поддержки малого предпринимательства, поддержки муниципальных программ развития малого бизнеса.

Конкуренция на рынке банковских услуг стимулирует работу по совершенствованию качества обслуживания клиентов. Банки проводят стимулирование сбыта услуг среди клиентов как традиционными методами: рекламой в средствах массовой информации, поощрительными акциями, купонами, рекламой в сети Интернет, также в настоящее время получает развитие клиентское самообслуживание через Интернет–банкинг.

В связи с развитием в стране и в мире мобильной связи появился новый канал взаимодействия с клиентами – с помощью мобильных устройств: мобильных персональных компьютеров, смартфонов. На этом направлении обслуживания клиентов пока существует ряд технических проблем, которые требуют своего быстрейшего решения. Банкам необходимо освоить стратегии мобильного самообслуживания чем раньше, тем лучше, иначе они рискуют потерять динамичный и перспективный сегмент пользователей. При этом, банкам следует уделить значительное внимание разработке усиленных систем защиты коммерческой информации и защиты безопасности расчетов в режиме самообслуживания.

Одним из перспективных направлений в банках по налаживанию долговременных контактов с существующими и потенциальными клиентами является CRM технология – система управления взаимоотношениями с

клиентами. При правильном применении она позволяет значительно увеличить эффективность банковской деятельности на таких направлениях, как клиентская работа, продажи банковских продуктов, маркетинг, выстраивание стратегий, управление бизнес–процессами. Однако CRM–системы сегодня используются, в основном, лишь как хранилище клиентской базы, а также как инструменты анализа и базового планирования. Пока, в частности в Сбербанке, нет значительных шагов по совершенствованию таких систем, хотя работа в данном направлении ведется и ее следует продолжать. Успешная реализация такой системы требует интеллектуальной команды, готовой совершенствоваться, умеющей мыслить продуктивно, в идеале – владеющей научным подходом и методами творческого мышления.

Однако простое внедрение IT– решения может не дать настоящего экономического и организационного эффекта, если не усовершенствовать работу банка и не привести его внутреннюю структуру в соответствие с новой системой организации работы, направленной на построение оптимального бизнес–процесса в соответствии с актуальными задачами развития экономики страны, региона.

В заключение следует подчеркнуть, что, как следует из всего вышесказанного, здоровая конкуренция между банками имеет положительное влияние, как на перспективы развития банковского сектора, так и на совершенствование партнерских отношений с клиентами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14–ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – №5. – Ст. 410.
2. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395–1 // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 6. – Ст. 492.
3. О правилах осуществления перевода денежных средств: положение Центрального Банка Российской Федерации № 383–П от 19.06.2013 г. – Документ не опубликован
4. Об открытии и закрытии банковских счетов, счетов по вкладам (депозитам): инструкция Банка России №28–И от 14.09.2017. – Документ не опубликован

5. Порядок открытия, закрытия, и ведения счетов юридических лиц Сбербанком России и его филиалами. – Документ не опубликован
6. Устав Открытого акционерного общества «Сбербанк России» (ОАО «Сбербанк России»): утверждено годовым Общим собранием акционеров 06 июня 2013 года. – Документ не опубликован

Литература (книги, учебники, монографии)

7. Банки и небанковские кредитные организации и их операции: учебник/ под ред. Е.Ф. Жукова. – М.: Вузовский учебник, 2016. – 491 с.
8. Беликов В. Электронные деньги / В. Беликов, Л. Быстров, В. Невежин. – М.: АО «Скан–Тэк», 2013. – 123 с.
9. Бородов А.И. Банковское кредитование: российский и зарубежный опыт/ А.И. Бородов. – М.: Русская деловая литература. – 2013. – 14 с.
10. Введение в банковское дело: учеб. пособие / под руководством проф. Г. Асхауэр. – М.: 2017. – 201 с.
11. Головин Ю. В. Банки и банковские услуги в России: вопросы теории и практики / Ю. В. Головин. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 463 с.
12. Деньги. Кредит. Банки: учебник для ВУЗов / под ред. проф. Е.Ф. Жукова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013. – 145 с.
13. Егорова Н. Е. Предприятия и банки: взаимодействие, экономические отношения / Н. Е. Егорова. – М., 2013 – 456 с.
14. Ермаков С. Л. Банковское дело. Занимательно о сложном / С. Л. Ермаков, М. К. Беляев. – М.: Вершина, 2018. – 288 с.
15. Ефимова Л. Г. Банковские сделки: право и практика / Л. Г. Ефимова. – М., 2014. – 24 с.
16. Ефимова Л.Г. Банковское право: учебное и практическое пособие/ Л.Г. Ефимова. – М.: БЕК, 1194. – 347 с.
17. Казак А.Ю. Теория и практика формирования ресурсной базы коммерческого банка: учебное пособие / А.Ю. Казак, Т.Н. Калинина, Е.Г. Шатковская. – Екатеринбург: Изд–во УрГЭУ, 2013. – 214 с.

18. Казимагомедов А.А. Операции и услуги коммерческих банков для населения / А.А. Казимагомедов. – СПб: Изд–во СПбУЭФ. 2015.– 256 с.
19. Киселева И.А. Коммерческие банки: модели и информационные технологии в процедурах принятия решений / И.А. Киселева. – М.: УРСС, 2013. – 125 с.
20. Крупные банки и их владельцы, путеводитель по российским банкам – М., 2013. – 416 с.
21. Лаврушин О.И. Банковское дело: учебное пособие / О.И. Лаврушин. – 2–е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2012.– 672 с.
22. Лаврушин О.И. Организация и планирование кредита/ О.И. Лаврушин. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 114 с.
23. Липис А. Электронная система денежных расчетов / А. Липис. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 105 с.
24. Маркова О.М. Коммерческие банки и их операции: учебное пособие / О.М. Маркова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. 2015. – 188 с.
25. Масленченков Ю. С. Банк – партнер предприятия: расчётно–платежные операции и хеджирование: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Ю. С. Масленченков, А. М. Тавасиев. – Москва: ЮНИТИ–ДАНА, 2011. – 351 с.
26. Масленченков Ю.С. Банк и клиент – партнеры / Ю.С. Масленченков, А.М Тавасиев. – М.: Юнити, 2011. – 351 с.
27. Масленченков Ю.С. Работа банка с корпоративными клиентами / Ю.С. Масленченков, Ю.Н. Тронин. – М.: Юнити, 2014. – 357 с.
28. Тавасиев А. М. Банковское дело: управление кредитной организацией: учебное пособие / А. М. Тавасиев. – М.: Дашков и К. 2018. – 666 с.
29. Тавасиев А. М. Конкуренция в банковском секторе России: учеб. пособие для студентов вузов / А.М. Тавасиев, Н.М. Ребельский ; под ред. А.М. Тавасиева. – Москва: ЮНИТИ–Дана, 2012. – 303 с.

30. Челноков В. А. Деньги, кредит, банки: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности 060400 «Финансы и кредит» / В. А. Челноков. – Москва: ЮНИТИ–ДАНА, 2016. – 366 с.
31. Черкасов В. Е. Банковские операции: финансовый анализ / В.Е. Черкасов – М.: Консалтбанкир, 2012. – 350 с.
32. Щегорцов В. А. Деньги, кредит, банк: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 060400 «Финансы и кредит» и 060500 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / В. А. Щегорцов, В. А. Таран; под ред. В.А. Щегорцова; МГУ им. М. В. Ломоносова. – Москва: Юнити, 2016. – 415 с.

Статьи из периодических изданий в научных журналах и сборниках статей

33. Дворецкая В. В. Анализ показателей эффективности предприятий малого и среднего бизнеса / В. В. Дворецкая // «Бухгалтерский учет», – 2014. – № 15. – С. 52.
34. Игнатьев Б. Л. Факторинг – эффективный инструмент финансирования / Б. Л. Игнатьев // Банковское дело. – 2017. – №6. – С. 56.
35. Коваленко А. Г. Операции со связанными сторонами: Российская практика / А. Г. Коваленко // Управление в кредитной организации. – 2017. – №2. – С. 16.
36. Корошко Ю.В. К вопросу взаимосвязи уровня лояльности и удовлетворенности клиентов компании // Materialy VI Miedzynarodowej naukowi–prakticznej konferencji «Nauka I inowacja–2011». – Przemysl.Praha: Nauka I studia, 2011– p.68–72.
37. Косовская Т. П. Роль региональных коммерческих банков в решении социально–экономических проблем региона / Т. П. Косовская // Банковское дело – 2014. – №12 – С. 25–28.
38. Мазорук А.В. Совершенствование клиентской работы кредитных организаций с использованием CRM / А.В. Мазорук / Банковское дело. –

2013. – № 11. – С. 59–63

39. Манькевич Д.А. Портрет потребителя банковских кредитов / Д.А. Манькевич // Банковский ритейл (массовое потребление) – 2017. – №1. – С. 20.
40. Мурычев А. В. Проект «Безупречный банковский бизнес России» / А. В. Мурычев // Банковское дело. – 2016 – № 12. – С. 33.
41. Патренкеева С.С. «О развитии банковского сектора» / С.С. Патренкеева // Деньги и кредит. – 2016. – №4 – С. 18.
42. Судоренко А. Г. Предпосылки возникновения кризиса проблемных кредитов / А. Г. Судоренко // Банковское кредитование. – 2017. – №1. – С. 20.
43. Федосеева С. Фактор уверенности. Факторинговый акцепт / С. Федосеева // Банки и банковское дело. – 2017 – №23. – С. 18.
44. Холландер Г. Современные тенденции повышения качества обслуживания банковских клиентов / Г. Холландер // Банковское дело. –2013. – № 10. – С. 50–51

Ресурсы Интернет

45. Земляк С.Н. Особенности банковского маркетинга и его развитие в России [Электронный ресурс] / Земляк С.Н. – Режим доступа к ст.: http://studyspace.ru/marketing–v–predprinimatelskoy–deyatelnosti/ osobennosti–bankovskogo–marketinga–i–ego–razvitie–v–r.html (дата обращения: 22.04.2020).
46. Интернет–банкинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/ wiki / Интернет–банкинг, открытый. (дата обращения: 28.04.2020).
47. Обсуждение вопросов корпоративных финансов и финансового рынка и т.п. //Журнал Финансовый менеджмент. – 2012. – № 2 [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.finman.ru/ (дата обращения 28.04.2020).

48. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cbr.ru. (дата обращения: 04.05.2020).
49. Официальный сайт издания Стратег [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://stra.teg.ru/ (дата обращения: 04.05.2020).
50. Официальный сайт Сбербанка России: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sberbank.ru, свободный. (дата обращения: 04.05.2020).