

## **Развитие потребительского кредитования**

***Басенко Ярослав Сергеевич***

*студент*

*Байкальский Государственный Университет Экономики и Права,*

*финансово-экономический факультет, Иркутск, Россия*

*E-mail: basenko\_irk@mail.ru*

Одним из важнейших функциональных видов банковского кредита является банковский потребительский кредит (Banking consumer credit). Он служит средством удовлетворения различных потребительских нужд населения, имеет двойственную экономическую природу и занимает как бы промежуточное место между двумя формами кредита – ссудой денег и ссудой капитала.

Положительная динамика потребительского кредитования предопределяется целым рядом факторов.

Во-первых, рост реальных доходов населения увеличивает число платежеспособных потенциальных заемщиков. Более высокий уровень доходов обуславливает опережающий рост потребностей, которые выходят за узкие рамки платежеспособного спроса. В результате возникает внешне парадоксальная ситуация, когда с увеличением слоя зажиточных граждан усиливается потребность жить в долг. Кредитоспособность горожан за последние годы заметно выросла, что сделало потребительское кредитование для них более доступным.

Во-вторых, в настоящее время ведется активная работа по совершенствованию соответствующей законодательной базы и созданию бюро кредитных историй, что также призвано уменьшить риски кредитования населения. (Правда, есть обоснованные опасения ряда экспертов о том, что появятся новые, ранее не характерные для экономики нашей страны риски, связанные с так называемым «человеческим фактором» лиц, обслуживающих работу кредитных бюро).

В-третьих, этому будет способствовать обострение здоровой конкуренции между финансовыми посредниками за наиболее прибыльные сегменты рынка банковских услуг. Известно, что, несмотря на достаточно высокие издержки по налаживанию технологий предоставления ссуд гражданам, доходность по этим операциям заметно выше, чем по другим видам кредитования.

Дополнительным стимулом развития потребительского кредитования для российских банков служит и то, что заметную активность в ритейловом бизнесе начали проявлять дочерние структуры иностранных банков.

Наконец, следует упомянуть еще один психологический фактор, пока еще не признанный психосоциологами, но уже проявляющийся на практике. Все большее количество россиян впервые, пожалуй, за последние 100 лет нашей истории отходят от привычной, стереотипной позиции «нам тяжело, но детям будет лучше» и начинают стремиться жить лучше «здесь и сейчас». Розничное кредитование в этом случае становится важным побудительным моментом в реальном рыночном, потребительском поведении граждан.

Объемы потребительского кредитования постоянно растут: по данным Банка России, в период с 1 января 2005 года по 1 апреля 2006 года общий объем кредитов, предоставленных физическим лицам, удвоился и превысил уровень в один триллион рублей.

За первое полугодие 2006 г. кредиты физическим лицам, как резидентам, так и нерезидентам выросли на 21%. Однако рано или поздно наступает насыщение рынка. По мнению ряда экспертов, насыщение рынка и торможение роста кредитных портфелей должно произойти не ранее 2010 г. Именно тогда следует ожидать появления первых признаков кризиса потребительского кредитования.

Динамика роста отечественного рынка кредитования физических лиц действительно настораживает, если в дальнейшем объемы будут удваиваться каждые девять месяцев, то российские розничные банки станут зависимы от финансового благополучия отечественного заемщика.

Таким образом можно выделить ряд факторов, сдерживающих развитие российского рынка потребительских кредитов:

- наличие преимущественно краткосрочной структуры банковских пассивов, что не позволяет развивать долгосрочное кредитование физических лиц и не стимулирует спокойствие и постоянство как клиентов, так и кредитных организаций в участии в данных сделках;
- наличие так называемых «белых», «серых» и «черных» доходов физических лиц - потенциальных заемщиков, что не позволяет, с одной стороны, кредитным организациям с полной уверенностью судить о реальном финансовом состоянии потенциальных клиентов, а с другой стороны - самим физическим лицам в полной мере удовлетворять имеющиеся у них потребности;
- неоправданно высокий уровень процентных ставок, применяемых кредитными организациями, что делает заведомо невыгодным использование потребительских кредитом потенциальными клиентами со средним достатком.

#### **Литература**

1. Аветисов М. Пути повышения доходности в потребительском кредитовании // Банковские услуги.- 2006.- № 1. - С. 22-24.
2. Беляев М. К. Специфические риски потребительского кредитования // Банковское дело.- 2006.- № 5. - С. 54-56.
3. Ермаков С. Л. Рынок потребительского кредитования в России: современные тенденции развития // Финансы и кредит.- 2006.- № 21. - С. 31.
4. Колесов А. И. О некоторых вопросах развития потребительского кредитования // Деньги и кредит.- 2005.- № 7. - С. 20-22.
5. Стародубцева Е. Б. Потребительское кредитование в России // Банковские услуги.- 2006.- № 6. - С. 12.
6. Столярова А. В. Потребительское кредитование: методы борьбы за рынок // Маркетинг услуг.- 2006.- № 1. - С. 2-9.

**Специализированные депозитарии и управляющие компании паевым  
инвестиционным фондом**  
**Басенко Ярослав Сергеевич**  
*студент*

Экономические реформы не могут считаться завершёнными без создания конкурентоспособного финансового сектора, который в состоянии мобилизовать и предоставить экономике инвестиционные ресурсы. Важную роль в перемещении средств в рамках финансовой системы играют институты, взаимодействующие с хозяйствующими субъектами, населением и между собой. Их деятельность сводится к аккумулированию небольших сбережений многих мелких инвесторов и последующему долгосрочному вложению аккумулированных средств.

Основной институт коллективного инвестирования в России - это паевые инвестиционные фонды. Паевой инвестиционный фонд представляет собой инвестиционный фонд контрактного типа, имущественный комплекс, переданный в доверительное управление с целью прироста капитала. Передавая имущество в доверительное управление, инвестор подписывает договор с управляющей компанией. Одним из принципов организации ПИФа является то, что инициатором его создания является управляющая компания.

Поскольку паевой инвестиционный фонд не является отдельным юридическим лицом, особое внимание уделено задаче сохранности его имущества. Это обеспечивается прежде всего действующими нормативными актами ФСФР, которые придерживаются общемирового принципа разделения функций управления и хранения имущества взаимных фондов. Хранение активов фонда осуществляет специализированный депозитарий, он же по указанию управляющей компании выполняет сделки с имуществом фонда.

Отметим, что по действующему законодательству управляющая компания, специализированный депозитарий и регистратор несут солидарную ответственность за ущерб, причиненный неправомерными действиями при осуществлении своих обязанностей. Это также должно стимулировать добросовестность при осуществлении функции взаимного контроля.

Оплата услуг этих компаний осуществляется из средств пайщиков в виде вознаграждения, рассчитываемого как определенный процент от величины активов (но не больше 5%). Обычно для пайщиков эти расходы незначительны. Кроме того, что государство ограничивает размер комиссионных, сами компании стремятся к его минимизации, чтобы привлечь новых пайщиков.

Защита инвесторов обеспечивается организационной структурой фонда, т.е. независимыми друг от друга управляющей компанией и специализированным депозитарием. Поскольку даже в случае банкротства управляющей компании требования кредиторов не могут быть удовлетворены из средств фонда. В данной ситуации сам фонд переходит в управление к другой компании. Такая схема дает максимальную защиту в случае банкротства управляющей компании.

Однако существующая система солидарной ответственности управляющей компании и спецдепозитария перед вкладчиками ПИФов не дает 100%-ной гарантии. Управляющий может либо сознательно пойти на нарушение инвестиционного законодательства, либо, в случае технической ошибки, произвести неверный расчет при начислении паев. В итоге собственных средств компании может просто не хватить на покрытие убытков клиента. В этом случае потребуется помощь. Федеральная служба по финансовым рынкам намерена создать в сегменте коллективных инвестиций специальный компенсационный фонд. Он предназначен для выплаты возмещений тем вкладчикам ПИФов, которые могут пострадать из-за ошибок или некомпетентности управляющих компаний.

Тем не менее, большинство аналитиков убеждены, что участие управляющих компаний в системе страхования ПИФов даст им неоспоримые конкурентные преимущества.

Несмотря на то, что катаклизмов в основном не наблюдается за исключением нескольких прецедентов (в частности, банкротства банка «Олимпийский», на счетах которого оказались деньги пайщиков ПИФа «Первый Топкапитал») индустрия коллективных инвестиций демонстрирует удивительную стойкость. Банкротств управляющих компаний не случалось даже в кризисном 1998 г. Тем не менее, аналитики считают, что с приходом на рынок все новых и новых игроков такие риски повышаются. Поэтому нововведение особенно актуально для физических лиц, которые не являются т.н. квалифицированными инвесторами: им сложно оценить уровень профессионализма управляющей компании.

Дело в том, что инвесторам трудно выбрать акции для формирования инвестиционного портфеля, поскольку это сопряжено со значительными затратами времени и денежных средств, постоянной работой с информацией о рынке, а также умением прогнозировать ситуацию. В то время как ПИФы управляются квалифицированным персоналом управляющих компаний, требования к персоналу которых предъявляются Временным положением об управляющих компаниях ПИФов. И тех, кто работает не достаточно эффективно, заменяют работниками с более высоким уровнем профессионализма.

Основная проблема, которая волнует управляющих компаний – это цена вопроса. Если отчисления в фонд будут слишком высокими, то компаниям придется увеличить размер вознаграждения, чтобы компенсировать. В итоге это может сказаться на доходах пайщиков. Впрочем, полагают эксперты, если рынок обеспечит хотя бы 50% роста, который наблюдался в конце 2005 - начале 2006 гг., то снижения нормы доходности на 1-2% никто не заметит.

Однако это не означает, что организационная структура ПИФов не нуждается в совершенствовании, поскольку новые социально-экономические условия требуют новых подходов к их регулированию. Вполне очевидным кажется тот факт, что дальнейшее развитие всей системы коллективных инвестиций зависит, в первую очередь, от решения общеэкономических вопросов, без чего невозможно поднять доверие к финансовым институтам, фондовому рынку, обеспечить права инвесторов, а, следовательно, привлечь дополнительные средства в реальную экономику.

#### **Литература**

1. Ладыгин Д. Управляющие компании поднялись на «бычьем» рынке // Коммерсант. – 2006. – 27 янв. – С. 9.
2. Муханов Д. Макроэкономический контекст развития паевых фондов на современном этапе в России // Рынок ценных бумаг.- 2005.- N 12. - С. 23-27
3. Тарасов А.В. Формы доверительного управления на рынке ценных бумаг // Банковское дело.- 2006.- N 1. - С. 29-32
4. Яценко О. Паевые инвестиционные фонды // Аудит и налогообложение. – 2006. - №6. – С. 20-25; №7. – С. 35-41.
5. Зверев В.А. Особенности вложений денежных средств в фонды коллективного инвестирования // Российское предпринимательство. – 2006. - №5. – С. 48-53.
6. Ивочкин А. Пай-банки для пай-вкладчиков // Профиль. – 2006. - №18. – С. 50-54.

**SMS на службе у Банка и его клиентов**

***Басенко Ярослав Сергеевич***

*студент*

*Байкальский Государственный Университет Экономики и Права,  
финансово-экономический факультет, Иркутск, Россия*

*E-mail: basenko\_irk@mail.ru*

Спектр банковских продуктов и услуг расширяется, они становятся все доступней. Скоро можно будет получать кредиты, отправляя запросы через sms-шлюз.

В России банковский сервис с использованием мобильных телефонов находится в зачаточном состоянии. Банк России думает об использовании мобильных телефонов вместо пластиковых карт (применение специальных SIM-карт для осуществления платежей). Количество абонентов сотовой связи в России на январь 2005 года составило 78,6 млн. человек. Ежемесячный прирост количества абонентов составляет 185 тыс. человек, и они потенциальные пользователи новой услуги.

За рубежом SMS-управление счетами, в том числе карточными, предлагают давно и на всех континентах, в том числе в Африке (например, нигерийский банк Zenith). А в более развитых регионах - Северной Америке, Европе и Японии - речь уже идет о специальных SIM-картах со встроенными средствами платежей и электронно-цифровой подписью.

Клиент, чтобы контролировать расходы и распоряжаться деньгами по мобильному телефону, должен открыть счет в банке, предлагающем подобную услугу, получить пластиковую карту и подключиться к системе SMS-банкинга. Для этого подойдет любой телефон с функцией SMS, подключенный к оператору мобильной связи, с которым работает банк.

При проведении каждой операции по банковской карте клиент получает SMS, а отправляя SMS с какой-нибудь командой (например, balance или limit) на определенный номер, получает ответное сообщение с запрошенной информацией.

Если карточка передана другому лицу, тогда телефон моментально сообщит, в каком магазине и на какую сумму были произведены покупки. Также возможно использование функции «лимит расхода по карте» и установление временных порогов получения SMS.

Компании, специализирующиеся на программном обеспечении для коммерческих банков (например, БИФИТ), уже предлагают специальные модули, типа «SMS-банкинг».

Такие модули поддерживают два взаимодополняющих режима рассылки клиентам SMS-сообщений:

1. По событию (условию)
2. По SMS-запросу клиента

Каналы доставки, типы уведомлений и условия рассылки SMS-сообщений клиент настраивает самостоятельно в Internet-Банкинге и PC-Банкинге. В настройках канала доставки клиент указывает номера своих мобильных телефонов и язык SMS-сообщений.

В зависимости от типа уведомления меняются условия отправки и содержание информации в уведомлении. Для каждого типа уведомления клиент может самостоятельно настраивать условия отправки SMS-сообщений.

Для отправки SMS-сообщений на банковской стороне могут использоваться GSM-модемы или шлюзы сотовых операторов. Поддерживаются протоколы SMPP, SMTP, HTTP и HTTPS.

В SMS-банкинге для корпоративных клиентов в основном предусмотрено пять типов SMS-сообщений: об изменении статуса исходящего документа, о входящем банковском документе, о движении средств по счету, о текущих остатках, о входе в систему.

Корпоративный клиент может направлять в банк SMS-запросы для получения следующих типов SMS-сообщений: об исходящих от клиента документах, о входящих банковских документах, о движении средств по счету, о текущем остатке на счете, выписка по счету за период.

Пока невозможно реализовать для корпоративных клиентов операции, связанные со списанием средств со счетов, из-за отсутствия в SMS-технологиях поддержки полноценного механизма электронной цифровой подписи.

В SMS-банкинге для частных клиентов в основном предусмотрено девять типов SMS-сообщений: об изменении статуса исходящего документа, о движении средств по счету, о изменении остатка на счете, о движении средств по карте, об изменении баланса

карты, выписка по счету, выписка по карте, о входящем банковском письме, о входе в систему.

Частный клиент может направлять в банк SMS-запросы для получения следующих типов SMS-сообщений: об исходящих от клиента документах, о входящих банковских документах, о текущих остатках на счетах и картах, выписка по счету и карте за период.

С развитием потребительского кредитования в SMS-сервис добавились услуги для заемщиков: SMS-сообщения в случае просрочки обязательного платежа, сообщения об установлении кредитного лимита или о его изменении, информирование заемщиков об очередном платеже по кредиту, а также положительном решении кредитного комитета.

Помимо информационного сервиса, банкиры начинают использовать SMS-канал и для проведения банковских операций. Сейчас клиенты могут, отправляя сообщения, покупать и продавать валюту, совершать переводы в рублях и валюте, пополнять пластиковые карты, оплачивать коммунальные услуги, сотовую связь, доступ в интернет, междугородные и международные переговоры и т.д. Уже сейчас у клиентов существует возможность оплачивать спутниковое телевидение и полностью управлять своими счетами по мобильному телефону, а в будущем будут доступны различные режимы передачи банку поручений на проведение операций путем нажатия на клавиши телефона, через WAP, а владельцы смартфонов получают доступ к своим счетам через сеть Интернет.

На практике западных и российских банков за SMS услуги взимается плата. Клиент должен оплатить не только расходы оператору связи, связанные с оплатой исходящих запросов банку, но и фиксированную плату для коммерческого банка.

Основной проблемой, с которой придется столкнуться, является защищенность информации о счете клиента и борьба с несанкционированным доступом к его средствам. Потеря телефона с подключенной услугой SMS-банкинга не приведет к потере контроля над средствами, поскольку в большинстве случаев банки снабжают своих клиентов специальными кодовыми картами (токенами) либо памятками управления средствами. Также существует оперативно заблокировать доступ к своим счетам.

Возможно, в будущем для SMS-банкинга будет также использоваться голосовой формат SMS-сообщений. При существующей динамике развития технологий и информатизации общества банки будут вынуждены пойти по пути создания комфортных условий для клиентов. Фактически, чем мобильней клиент, тем мобильней становится банк. Поэтому, несомненно, у данного направления большое будущее.

#### **Литература**

1. [http://www.mts.by/payment/mobile\\_phone/](http://www.mts.by/payment/mobile_phone/)
2. <http://www.m3m.ru>
3. <http://www.finiz.ru>