

Кузнецова Надежда Игоревна

магистрант направления «Экономика»
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
Челябинский филиал
Россия, Челябинск
rigik_89@mail.ru

Nadezhda I. Kuznetsova

Undergraduate direction "Economics"
Financial University under the Government of the
Russian Federation
Chelyabinsk branch
Russia, Chelyabinsk
rigik_89@mail.ru

**БАНКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ ПРОДУКТ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ**

**THE BANK'S CREDIT PRODUCT: CURRENT
STATUS**

Аннотация

В статье рассматривается содержание понятий "кредитный продукт", «кредитная услуга», определяются критерии банковского кредитного продукта. Автор исследует структуру и макроэкономические показатели кредитного рынка современной России и на этой основе обосновывает меры по усилению влияния кредита на инвестиционно-инновационное развитие экономики.

Ключевые слова:

кредитный рынок, кредитный продукт, банковское дело, кредитная услуга

Abstract

The article considers the concept of "credit product", «credit service», define the criteria of the banking loan product. The author examines the structure and macroeconomic indicators of credit market of modern Russia and on this basis that justifies the measures to strengthen the impact of the credit for the investment and innovation development of economy.

Keywords:

credit market, credit product, banking business, credit service

Банковская деятельность предусматривает реализацию товара особого рода, обладающего стоимостью и потребительной стоимостью. Под банковскими товарами чаще всего понимают банковские услуги и продукты.

Число кредитных организаций России имеющих право на осуществление банковских операций за период 2005-2013 гг. снижено от 1299 до 956 единиц. Лицензионные права на привлечение вкладов населения снижаются от 1165 до 784 (табл. 1).

Для банковской системы характерно снижение числа филиалов действующих кредитных организаций на территории РФ от 3238 в 2005 до 2349 в 2013г.

Организационная структура деятельности действующих кредитных организаций на территории РФ может быть представлена двумя тенденциями: во-первых, это снижение числа кредитных организаций имеющих право на осуществление банковских операций; во-вторых, число филиалов действующих кредитных организаций так, же имеет тенденцию к снижению.

Очевидно, это связано с организационными мероприятиями, осуществляемыми Центральным Банком Российской Федерации в банковской системе России.

В экономической литературе нет единых подходов к определению понятий. Более того, понятия «банковская услуга» и «банковский продукт» часто считаются идентичными, что требует уточнения и рассмотрения содержания данных понятий в целях дальнейшего исследования.

Таблица 1 – Структура и отдельные показатели деятельности кредитных организаций (на начало года)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Число кредитных организаций, имеющих право на осуществление банковских операций - всего	1299	1253	1189	1136	1108	1058	1012	978	956
Число филиалов действующих кредитных организаций на территории Российской Федерации - всего	3238	3295	3281	3455	3470	3183	2926	2807	2349

Тихомирова Е.В. считает, что в современных условиях целесообразно говорить не о кредите, как во многом обезличенной категории, а о кредитных продуктах банков как средстве реализации финансовых потребностей конкретных клиентов и оценивать их соответствие данным потребностям и степень «проникновения» продуктов в бизнес клиентов. Так, она отмечает [6]: «... кредитные продукты банков выступают основой финансового обеспечения инновационного роста экономики и должны быть нацелены на поддержку бизнеса перспективных компаний, создание им условий для реализации инвестиционных планов и обеспечение комплекса необходимых услуг (по разработке стратегии развития, подготовке инвестиционных проектов, их бизнес-планов, правовой и прочей поддержке клиентов)».

Продукт – вещественный результат производственной (экономической) деятельности, конкретный результат материального или духовного производства, обладающий качествами, характеризующими его целевое назначение, и свойствами, ради которых он приобретает и потребляется. С данным определением Бровкиной

Н.Е. следует согласиться по основным позициям. Банковский продукт характеризуется набором определенных свойств [1]: предлагается на рынке как товар, имеет стоимость и потребительную стоимость; несет в себе бренд банка; содержит интеллектуальную составляющую банка-продавца, связанную с созданием продукта, технологию создания; ориентирован на определенную целевую аудиторию, должен быть ей понятен, доступен и ею востребован; обладает набором неотделимых свойств или условий, позволяющих позиционировать данный продукт на рынке; реализация продукта отражается на финансовых результатах банка.

Услуги, связанные с движением стоимости на условиях возвратности, являются *кредитными услугами*. Сроки, обеспечение и цена кредитных услуг будут различными в зависимости от того, какой категории заемщиков предоставляются.

Различным категориям клиентов предоставляются следующие кредитные услуги [1]:

- *банкам*: межбанковское кредитование; организация синдицированного кредитования; депозитные операции; услуги с применением производных финансовых инструментов.

- *крупным корпоративным клиентам*: кредитование; международные расчеты и банковские гарантии; депозитные операции; реализация зарплатных проектов и обслуживание с помощью банковских карт; услуги с применением производных финансовых инструментов.

- *предприятиям малого бизнеса и индивидуальным предпринимателям*: кредитование; реализация зарплатных проектов и обслуживание с помощью банковских карт; депозитные услуги.

- *физическим лицам*: кредитование; банковские и кредитные карты; депозитные услуги.

Согласно показателей деятельности банковского сектора Российской Федерации (табл. 2), кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям и физическим лицам, составляют от 41,5 % ВВП по состоянию на 01.01.10 г. до 44,3 % ВВП на 01.01.13 года; кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам, включая просроченную задолженность, возрастают от 9,2 % ВВП (2010 г.) до 12,4 % ВВП в 2013 г; кредиты банков в

инвестициях организаций всех форм собственности в основной капитал (без субъектов малого предпринимательства), составляют 621,5 млрд в 2010 году и 801,8 в 2013 году.

Таблица 2 – Макроэкономические показатели деятельности банковского сектора Российской Федерации

Показатель	01.01.10	01.01.11	01.01.12	01.01.13
Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям и физическим лицам, включая просроченную задолженность (млрдруб.)	16115,5	18147,7	23266,2	27708,5
в % к ВВП	41,5	39,2	41,7	44,3
в % к активам банковского сектора	54,8	53,7	55,9	56,0
из них				
Кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам, включая просроченную задолженность (млрдруб.)	3573,8	4084,8	5550,9	7737,1
в % к ВВП	9,2	8,8	9,9	12,4
в % к активам банковского сектора	12,1	12,1	13,3	15,6
Кредиты банков в инвестициях организаций всех форм собственности в основной капитал (без субъектов малого предпринимательства) (млрдруб.)	621,5	595,8	725,7	801,8
в % к инвестициям организаций всех форм собственности в основной капитал (без субъектов малого предпринимательства)	10,3	9,0	8,6	8,4

Анализируя данные макроэкономических показателей, можно определить, что кредиты и прочие размещенные средства постоянно возрастают и имеют тенденцию своего собственного вклада в ВВП.

Макроэкономические показатели не имеют одинаковую тенденцию по всем федеральным округам, поэтому мы считаем, целесообразным привести статистику Уральского федерального округа об объеме кредитов, депозитов и прочих размещенных средств (табл. 3).

В Челябинской области объем кредитов и прочих размещенных средств составляет 313 718 473 рубля, кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовыми организациями составляют 154 614 908 рубля, кредиты, депозиты и прочие размещенные средства, предоставленные кредитными организациями – 3 380 482 рубля и кредиты и прочие средства физическим лицам предоставлены в объеме 134 602 957 рубля.

Таблица 3 – Данные об объеме кредитов, депозитов и прочих размещенных средств в рублях (по головным офисам кредитных организаций и филиалам, расположенным на территории региона)* на 01.01.14 г.

	Всего	из них		
		Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовыми организациями	Кредиты, депозиты и прочие размещенные средства, предоставленные кредитными организациями	Кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам
Уральский Федеральный округ	2 260 830 430	1 055 414 450	58 241 271	1 016 741 526
Курганская область	42 407 638	17 070 874	6 620	22 219 171
Свердловская область	1 130 651 281	600 238 213	6 564 423	478 608 032
Тюменская область	774 053 038	283 490 455	48 289 746	381 311 366
Челябинская область	313 718 473	154 614 908	3 380 482	134 602 957

* Показатели формируются на основе отчетности по ф.0409101 головных офисов и филиалов, расположенных на территории регионов.

Из данных таблицы 3 видно, что наибольший удельный вес из предоставленной суммы имеют кредиты, которые предоставляются нефинансовым организациям и кредиты физическим лицам. Данная тенденция является оправданной (табл. 2).

Банковский кредитный продукт – это интеллектуальный продукт конкретного банка, связанный с предоставлением банковской кредитной услуги. Финансовый результат от реализации банковского продукта непосредственно отражается на прибыли кредитной организации [1].

В продукте находят выражение особенности деятельности кредитной организации, популярность ее бренда, репутация на рынке. Предлагаемый на рынке кредитный продукт может содержать инновации банка-продавца. В отдельных банковских продуктах кредитная услуга может быть совмещена с другими услугами (страхование, осуществление платежей, услуги риелтора, консьержа) [1].

Разработка продуктовой стратегии базируется на проведенной в ходе ситуационного анализа оценке привлекательности рынков и конкурентной позиции банка, в ней выделяют два этапа: на первом – оцениваются все продукты и услуги,

предлагаемые банком, на втором – решаются вопросы целесообразности их изменения, а также необходимости создания новых продуктов и услуг.

Анализ продуктового ряда проводится в соответствии со следующей классификацией [3]: депозитные услуги, кредитные услуги и выдача гарантий, инвестиционные операции: денежные рынки и рынки капиталов, прочие банковские услуги (расчетно-кассовое обслуживание, операции с иностранной валютой, трастовые операции, депозитарные услуги, информационно-консультационные услуги, другие услуги).

Таблица 4 – Структура и отдельные показатели деятельности кредитных организаций (на начало года)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Число филиалов действующих кредитных организаций на территории Российской Федерации - всего	3238	3295	3281	3455	3470	3183	2926	2807	2349
из них:									
Сбербанка России	1011	1009	859	809	775	645	574	524	239
Кредиты, депозиты и прочие размещенные средства, предоставленные организациям, физическим лицам и кредитным организациям, млрд рублей - всего	4373,1	6212,0	9218,2	13923,8	19362,5	19179,6	21537,3	27911,6	32886,9

Сбербанк России, имеет 1011 действующих кредитных филиалов в 2005 году и 239 в 2013 году (табл. 4). В тоже время увеличилось количество кредитов, депозитов и прочих размещенных средств, предоставленным организациям, физическим лицам и кредитным организациям в 8 раз по сравнению с 2005 годом. Так, в 2013 году их размер составил 32886,9 млрд руб., т.е. при общем сокращении филиалов растет объем кредитного портфеля.

Исходя из концепции цикла развития потребностей клиента, можно выделить следующие банковские продукты:

а) базовые банковские продукты: кредиты, депозиты, расчеты и платежи, услуги;

б) парабанковские продукты: консультирование, составление баланса имущества частного клиента, банкоматы, электронные системы платежей и расчетов;

в) небанковские продукты (предоставляются дочерними компаниями банка): страхование, лизинг, факторинг, сделки купли-продажи, оценка стоимости и т. д.

Для частных клиентов Г.С. Панова использует несколько принципов классификации банковских продуктов (рис. 1) [2].



Рисунок 1 – Принципы классификации банковских продуктов для частных клиентов

Исходя из временного критерия, выделены следующие виды кредитных банковских продуктов [3]:

а) краткосрочные продукты, удовлетворяющие потребности в ликвидных средствах: револьверный (автоматически возобновляемый) кредит;

б) среднесрочные кредитные продукты, позволяющие профинансировать приобретение имущества: автокредит, кредит с индивидуальными условиями;

в) долгосрочные кредитные продукты, обеспечивающие удовлетворение потребности клиента в приумножении имущества: кредит на приобретение имущества.

Банковские кредитные продукты унифицируются, в рамках категорий клиентов и дополнительно группируются по целевым аудиториям и видам. При этом каждый

продукт обладает набором определенных характеристик [1]: условиями предоставления кредита, обеспечением, лимитом кредитования, платой за кредит, порядком погашения кредита.

Согласно данным Центрального Банка Российской Федерации в январе 2014 г. активы банковского сектора выросли на 1,8 %, за счет роста кредитного портфеля. Совокупный объем корпоративных и розничных кредитов за январь 2014 года вырос на 2,0 %. Кредиты нефинансовым организациям увеличились на 2,8 %, а физическим лицам – на 0,2 %. Просроченная задолженность по корпоративному портфелю за январь выросла на 2,7 %, а по розничному – на 5,9 %. В результате удельный вес просроченной задолженности по кредитам нефинансовым организациям снизился с 4,2 до 4,1 %, а по розничным кредитам – вырос с 4,4 до 4,7 %. Как и в предыдущие годы объем требований (по депозитам и корреспондентским счетам) к Банку России после декабрьского роста в январе уменьшился (на 28,5 %). Требования к кредитным организациям (по кредитам, депозитам и прочим размещенным средствам, предоставленным кредитным организациям, и по корреспондентским счетам) увеличились на 13,5 %.

Вложения банков в ценные бумаги выросли в январе на 1,7 %. При этом вложения в долевыми ценные бумаги увеличились на 1,4 %, а вложения в долговые обязательства – на 1,8 %. Одновременно сократился на 3,5 % объем учтенных векселей.

Основным фактором расширения ресурсной базы кредитных организаций в январе стал прирост средств клиентов (на 1,8 %). При этом вклады физических лиц сезонно снизились на 1,6 %, а депозиты юридических лиц (без учета кредитных организаций) выросли на 2,0 %. Средства организаций на расчетных и прочих счетах в январе увеличились на 9,6 %.

Объем средств, привлеченных от Банка России, сократился за месяц на 3,5 %; одновременно более чем в два раза вырос объем депозитов Федерального Казначейства. Соответственно, доля этих источников в пассивах банковского сектора составила 7,3 и 0,5 % (на 01.01.2014 – 7,7 и 0,2 %). В январе 2014 г. По производным финансовым инструментам (ПФИ), от которых ожидается получение экономических выгод, отмечалось увеличение справедливой стоимости в 2,2 раза, а по ПФИ, от которых ожидается их уменьшение – в 2,4 раза.

За январь 2014 года российскими кредитными организациями получена прибыль в размере 94,4 млрд рублей, что на 17,5 % больше, чем за аналогичный период 2013 года [7].

К недостаткам современного кредитного рынка России, следует отнести тот факт, что банки не предлагают заемщикам кредитные продукты, которые стимулируют инновационное развитие, модернизацию капитальной базы реального сектора экономики.

Темпы роста показателей банковского сектора в процентах за год позволяют определить соотношение актива и капитала. Так в 2006 году оно было на уровне – 36,3 % и 44,0 %, а в 2013 году 15,6 % и 16,0 % соответственно. Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям изменяются с 39,8 % в 2006 году до 12,7 % в 2013 году. Темп роста вкладов физических лиц значительно снижен с 38,0 % в 2006 году до 19,0 % в 2013. Последняя тенденция обусловлено недоверием населения к банкам после кризиса 2009 года. Падение темпа роста наблюдается по показателям кредитов и прочих средств, предоставленные физическим лицам с 78,3% в 2006 году до 28,7% в 2013 г. (табл. 5).

Таблица 5 – Темпы прироста показателей банковского сектора (в процентах за год)

	2010	2011	2012	2013
Активы	14,9	23,1	18,9	16,0
Капитал	2,4	10,8	16,6	15,6
Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям	12,1	26,0	12,7	12,7
Кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам	14,3	35,9	39,4	28,7
Вклады физических лиц	31,2	20,9	20,0	19,0
Средства, привлеченные от организаций	16,4	25,8	11,8	13,7
Справочно:				
Валовой внутренний продукт	19,3	20,5	12,2	

В настоящее время банки предлагают своим клиентам широкий ряд кредитных продуктов, отличающихся различными качественными характеристиками. Временные характеристики кредитных продуктов банка зависят от качественного состава

ресурсной базы и видов кредитования. Оказание кредитных услуг становится перспективной сферой деятельности банков, особенно в регионах, где рынок освоен на низком уровне, а потенциал кредитоспособности населения растет [3]. Именно поэтому нам представляется необходимым рассмотрение структуры вкладов физических лиц в соответствии с выявленной ситуацией (табл. 6).

Вклады физических лиц на первый взгляд возрастают, но при детальном рассмотрении в разрезе вкладов, мы видим незначительное увеличение вкладов физических лиц до востребования и сроком до 30 дней (с 2 281 млрд руб. в 2012 до 3210,8 млрд руб. в 2014 году) и вклады сроком от 31 дня до года (2 376,7 млрд руб. в 2012 и 3264,3 млрд руб. в 2014). Для вкладов на срок свыше года характерно увеличение (с 7 213,4 млрд руб. в 2012 году до 10 482,4 млрд руб. 2014 году).

Таблица 6 – Структура вкладов физических лиц (млрд руб.)

	01.01.12	01.01.13	01.01.14
Вклады физических лиц	11 871,4	14 251,0	16 957,5
из них: сберегательные сертификаты	11,5	228,4	349,7
Вклады физических лиц до востребования и сроком до 30 дней	2 281,3	2 723,8	3 210,8
- в рублях	2 059,3	2 474,9	2 913,0
- в иностранной валюте	222,1	248,9	297,8
Вклады физических лиц сроком от 31 дня до 1 года	2 376,7	3 138,2	3 264,3
- в рублях	1 981,1	2 684,5	2 788,8
- в иностранной валюте	395,6	453,8	475,5
Вклады физических лиц сроком свыше 1 года	7 213,4	8 389,0	10 482,4
- в рублях	5 661,9	6 604,1	8 298,8
- в иностранной валюте	1 551,5	1 784,9	2 183,6

Значительный скачок наблюдаем для сберегательных сертификатов почти в 30 раз (с 11,5 млрд руб. в 2012 до 349,7 млрд руб. в 2014), что обусловлено желанием населения участвовать в операциях на первичном, вторичном рынке ценных бумаг.

В графическом виде основные данные таблицы 6 представлены на рисунке 2.

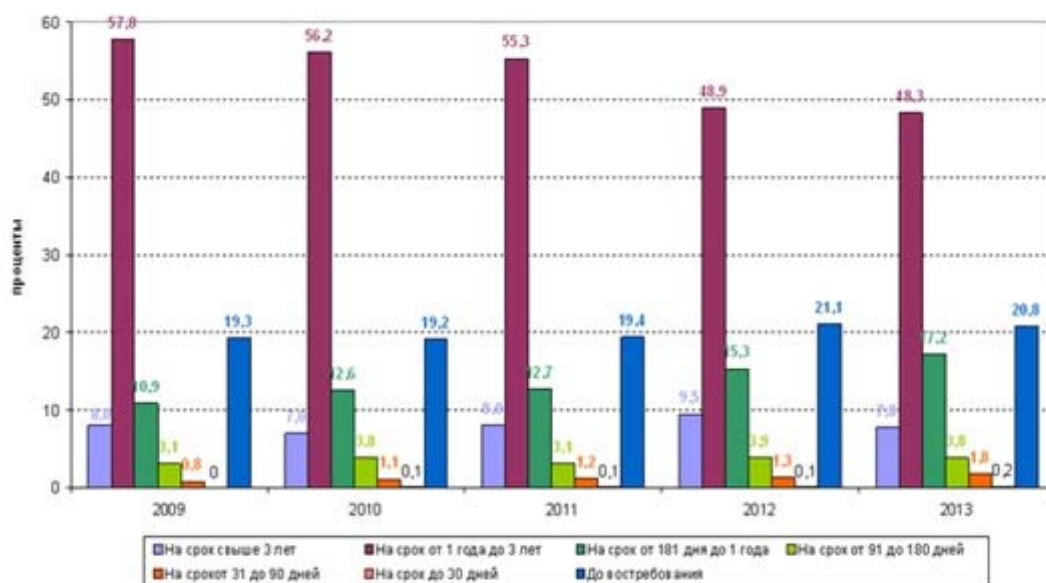


Рисунок 2 – Структура вкладов (депозитов) физических лиц в рублях по срокам привлечения на начало года

На наш взгляд, нестабильность и низкая воспроизводственная функция российских банков обусловлена игнорированием потребности спроса реального сектора в инвестиционных денежных средствах, индифферентностью инструментов денежно-кредитной политики к стимулированию деятельности кредитных организаций.

На фоне снижения доходности банковского бизнеса и роста неопределенности при кредитовании инновационно-активных субъектов экономики, возрастают требования к банкам по управлению рисками.

Следствием недостаточного спроса со стороны государства и общества на инновационную продукцию является нечетко очерченная государственная политика финансирования инноваций, недостаточно развитый институциональный механизм кредитования инновационно-активных субъектов экономики отсутствие механизма трансформации «коротких» кредитных ресурсов в «длинные».

Следствием неразвитости стратегического партнерства реального и банковского сектора экономики являются, с одной стороны, значительный неудовлетворенный спрос на кредиты со стороны инновационно-активных

экономических субъектов, с другой – значительный объем избыточных ликвидных ресурсов в банковском секторе [4].

Розничные кредитные услуги – один из наиболее выгодных для банка видов кредитно-финансового бизнеса, что положение определяется рядом предпосылок [3].

С тем, чтобы определить кредитную политику на каждой конкретной территории, в соответствии с единой политикой банка, рассмотрим показатели таблицы 7.

Таблица 7 – Структура использования денежных доходов населения (в процентах от общего объема денежных доходов)

	Покупка товаров и оплата услуг		Обязательные платежи и разнообразные взносы		Приобретение недвижимости		Прирост финансовых активов		прирост (уменьшение) денег у населения ²⁾	
	2005	2012	2005	2012	2005	2012	2005	2012	2005	2012
Российская Федерация	69,6	74,0	10,1	11,2	2,5	4,3	17,8	10,5	1,5	0,0
Уральский федеральный округ	62,9	72,3	12,8	12,9	1,5	3,6	22,8	11,2	10,0	4,0
Курганская область	68,0	67,2	7,3	10,1	0,2	2,1	24,5	20,6	9,4	12,4
Свердловская область	67,1	79,4	12,2	10,4	1,8	1,4	18,9	8,8	2,8	0,8
Тюменская область	55,9	65,0	14,6	16,5	1,2	6,7	28,3	11,8	16,7	6,2
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	53,9	61,1	14,9	17,1	1,1	7,1	30,1	14,7	19,2	7,8
Ямало-Ненецкий автономный округ	49,1	49,2	16,1	16,0	0,4	5,6	34,4	29,2	23,0	19,7
Челябинская область	69,7	73,4	10,9	11,6	2,0	2,5	17,4	12,5	8,1	4,2

Согласно данным, население увеличило спрос на покупку товара и оплату услуг с 69,7 % в 2005 году, до 73,4 % в 2012 году, а прирост (уменьшение) денег у населения составил с 8,1 % в 2005 году до 4,2 % в 2012 г. Приобретение недвижимости увеличилось с 2,0 % в 2005 году до 2,5 % в 2012 году, значительное падение финансовых активов за период 2005-2012 года наблюдается с 17,4 % до 12,5 %

соответственно, т.е. сделаем вывод, населению предпочтительнее вкладывает деньги в товары и недвижимость.

В связи с тем, что «кредитная услуга» и «кредитный продукт» являются основными элементами спроса и предложения на банковском рынке кредитных услуг населению, необходимо провести их разграничение. «Кредитная услуга» – это совокупность технологически обоснованных банковских операций, направленных на удовлетворение конкретной типичной потребности клиента в кредитных ресурсах для каких-либо нужд (покупка мебели, бытовой техники, автомобиля, жилья, на лечение, отдых, образование и т. д.).

«Кредитный продукт» – совокупность взаимодополняющих кредитных и банковских услуг, удовлетворяющих разносторонние интересы и потребности клиента в процессе кредитования и позиционирующих себя на рынке среди массы подобных продуктов.

Эффективность работы банка и его конкурентоспособность на рынке во многом зависят от внедрения новых кредитных банковских продуктов и технологий (процессов) [3].

Оценка банковской деятельности не только по предоставлению кредитов, использованию возможностей внешней среды (населения, нефинансовых организаций), она определяется еще своей личной доходностью или рационализацией организации в виде соотношения показателей доходов и расходов (табл. 8). Доходы на 01.01.2012 составляют 27 399,1 единиц, а расходы 26 550,8 единиц. Можно считать рентабельной деятельностью, но с другой стороны это не высокорентабельные показатели, так как расхождение всего в 0,8 единиц. Данная тенденция между доходами и расходами постоянно соблюдается и мы видим, что на 01.01.2014 года доходы составили 31 023,0 единиц, а расходы 30 029,0 соответственно.

Для любой банковской единицы важна политика управления доходами и расходами.

В качестве нового продукта банковская инновация проявляет себя только в процессе ее реализации на финансовом рынке или внутри банка. Спрос, предъявляемый покупателем на банковский продукт или технологию, определяет степень новизны этих видов нововведений.

Таблица 8 – Структура доходов и расходов действующих кредитных организаций

	1.01.12		1.01.13		1.01.14	
	млрд руб.	% к доходам (расходам) всего	млрд руб.	% к доходам (расходам) всего	млрд руб.	% к доходам (расходам) всего
Доходы всего -	27 399,1	100,0	31 905,4	100,0	31 023,0	100,0
Расходы всего -	26 550,8	100,0	30 892,5	100,0	30 029,0	100,0

Уровень спроса на новый продукт определяет уровень его полезности, значит, и степень его новизны. Банк, который первым вышел со своей инновацией и захватил свою «нишу» рынка, быстро создает себе имидж, с которым конкуренту будет трудно бороться.

Под ценой кредитного продукта мы будем понимать процентную ставку по кредиту, а в понятие «качество» включим все его остальные параметры. При этом можно создавать кредитные продукты, которые наилучшим образом обеспечивают достижение определенной цели – например, заданного уровня рентабельности и рисков, полноты и качества охвата рыночных сегментов (доли рынка), устойчивости в отношении предложений конкурентов и др.

При проектировании любого кредитного продукта необходимо учитывать потребительские предпочтения и возможности его потенциальных покупателей. Следовательно, любой кредитный продукт должен проектироваться совместно с сопровождающими его бизнес-процессами [5]. Бизнес-процесс для банка – это формирование активов и направлений расходования пассивов.

Любой продукт среднесрочного и долгосрочного потребления имеет свои уникальные бизнес-процессы сопровождения. Соответственно каждый кредитный продукт, имея своего уникального потребителя с уникальными целями, должен иметь уникальные правила сопровождения, пулирования закладных и реинвестирования.

Каждый продукт имеет свой ограниченный жизненный цикл: меняется среда существования продуктов, старые продукты должны сниматься с продажи и заменяться на новые. Сообразно этому цена и прочие параметры кредитного продукта должны меняться тогда, когда меняется социально-экономический фон рынка [3].

Кредитный продукт – это конкретный вид кредита коммерческого банка, который создается исходя из кредитной политики банка, и представляет собой

подсистему кредита, включающий временные и количественные характеристики, базирующиеся на потребительских предпочтениях клиентов.

Кредит – это более широкое понятие, которое формирует определение исходя из принципов теории кредита: платности, срочности и возвратности [3].

Список использованной литературы

1. Бровкина Н.Е. Тенденции развития продуктов российского кредитного рынка // Деньги и кредит. 2011 №3. С. 37-42.
2. Панова Г.С. Кредитная политика коммерческого банка. М.: ДИС, 1997. 316 с.
3. Подложёнов И.М. Рынок инновационных кредитных продуктов в России: проблемы и перспективы // Известия. 2012 №28. С. 468-476.
4. Ревтова Е.Г. Развитие инвестиционных-инновационных кредитных продуктов // Вестник ОГУ. 2013 №5 (154). С. 126-130.
5. Синки Дж. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 310 с.
6. Тихомирова Е.В. Роль кредитных продуктов банков в обеспечении инвестиционно-инновационного роста российской экономики // Деньги и кредит. 2012 №10. С. 34-38.
7. Официальный сайт Банка России: <http://www.cbr.ru>
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru/>