

Готовность дать взятку определяется нецелевым использованием полученных заемных средств, желанием иметь уверенность в том, что банк произведет пролонгацию кредита еще на один год, поскольку срок кредита слишком короткий.

3. Преобладает краткосрочное кредитование на коммерческие цели под залог жилой недвижимости.

4. При использовании заемного финансирования заемщик рассчитывает на увеличение доходности. Однако наши расчеты показали, что использование заемного финансирования при существующих условиях кредитования снижает доходность примерно на 30 %.

5. У банка имеются свободные денежные средства и их надо разместить. Относительно высокая маржа между процентной ставкой, по которой принимаются свободные денежные средства населения, и процентной ставкой, по которой выдаются кредиты, позволяет банку не особо заботиться о возвратности определенной доли выданных кредитов. Кроме того, то, что банковские работники идут на преднамеренные разрушительные действия, которые могут привести банк в состояние должника, говорит либо о том, что у них нет мотивации или она слишком слабая по увеличению дохода, либо они не несут ответственности за финансово-экономическое состояние банка.

Мы предлагаем следующие меры по обеспечению доступности ипотечного кредита:

1) добиться общей стабильности: экономической и политической;

2) устранить противоречия и пробелы в законодательной и нормативной базе;

3) повысить реальные доходы населения за счет стимулирования развития реального сектора;

4) начать налоговое стимулирование банков, осуществляющих ипотечное кредитование граждан по сниженной процентной ставке (6 %) и с удлиненным сроком кредита (15 лет);

5) выдавать кредиты для любых целей, если обязательство обеспечено недвижимостью;

6) начать практику выдачи кредитов с дисконтом для заемщиков, которые берут кредит для торгового-сервисного назначения, где короткий срок окупаемости и высокая доходность;

7) при этом 50 % повышения процентной ставки за счет дисконта отдать в распоряжение подразделений, таким образом предоставляя руководителям среднего звена возможность управлять доходами своих подразделений в рамках общего бюджета банка;

8) за счет оставшихся 50 % повышения процентной ставки понизить стоимость кредитов для представителей реального сектора;

9) эффективную кредитную политику поощрять по результатам года акциями банка.

10) ускорить процедуры получения кредита.

Таким образом, спрос на ипотеку предприятия есть. Однако необходимо первоочередное решение некоторых проблем, понижающих пока степень заинтересованности в ипотеке предприятия со стороны хозяйствующих субъектов. Это касается таких вопросов, как доступность ипотечного кредита, качество оценочных услуг.

Январь 2006 г.

ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОМ МАРКЕТИНГЕ

А.А. Абирова, соискатель КНУ

Стремительное развитие товарных и финансовых рынков в Кыргызстане послужило мощным толчком к интенсивному нарастанию процессов информатизации всех сфер жизни общества. Соответственно растет потребность в разработках автоматизированных банковских систем. На сегодняшний день компьютеризация, использование новых информационных технологий оказываются незаменимыми, поскольку дают возможность оптимизировать и рационализировать управленческую функцию в маркетинге за счет применения новых средств сбора, передачи и преобразования информации, увеличения ее аналитических и прогнозных возможностей, что необходимо для оперативного принятия решений.

Процесс информатизации банковской деятельности продолжает развиваться. Основными тенденциями станут повышение качества и надежности предлагаемых продуктов и услуг, увеличение скорости осуществления расчетных операций, организация электронного доступа клиентов к банковским продуктам. Эти факторы связаны прежде всего со стремлением банков к достижению конкурентных преимуществ на финансовых рынках. Вследствие применения банковских информационных технологий маркетинг стало возможно: качественное расширение рынка продуктов и услуг; охват большей доли рынка посредством использования банкоматов, электронных расчетных систем, интернет-технологий; оперативный доступ

клиентов к информации. Все это способствует активному внедрению в банковскую практику самых последних достижений в области вычислительной техники, сетевых и информационных технологий, методов защиты информации и обработки данных.

Основной целью маркетинга является обеспечение оптимальной скорости продвижения банковских услуг на всем пути: от банковского учреждения до конечного потребителя (клиента), т.е. такой скорости, при которой сочетались бы наиболее выгодные темпы продажи и оборачиваемости денег, а также минимальные затраты на хранение финансовых ресурсов, с одной стороны, со способностью полностью и своевременно удовлетворять спрос клиентов - с другой.

Существует несколько основных видов маркетинга. Это - **маркетинг, ориентированный на продукт, изделие или услугу, и маркетинг, ориентированный на потребителя.** Последний важен, так как он наиболее предпочтителен для небольших компаний. При ориентации на данный метод обычно выясняют, что покупают потребители, их запросы и чаяния.

Для формирующегося рынка Кыргызстана наиболее приемлем так называемый **маркетинг-микс, включающий в себя изучение и использование всех факторов, воздействующих на рынок,** а также взаимодействие четырех «П» - «продает», «прайс», «плейс», «промоушн» (товар, цена, его место на рынке, система мероприятий по его продвижению).

По мере развития систем банковской автоматизации появлялась необходимость безбумажного обмена финансовой информацией между банковскими системами, в то время как различия в их построении и особенностях протоколов взаимодействия не позволяли создать достаточно надежно работающую интегральную систему связи и обработки информации. Кроме того, в области межбанковских отношений полностью отсутствовала стандартизация. Всем этим требованиям соответствовала межбанковская всемирная информационная система SWIFT (Society for World - Wide Interbank Financial Telecommunications) - сообщество всемирных межбанковских финансовых телекоммуникаций, ведущая международная организация в сфере финансовых телекоммуникаций. Основные направления ее деятельности - это предоставление оперативного, надежного, эффективного, конфиденциального и защищенного от несанкционированного доступа телекоммуникационного обслуживания для банков и проведение работ по стандартизации форм и методов обмена финансовой информацией.

Большое применение в банковской сфере Кыргызстана получила информационная система «банк-клиент», позволяющая исключить из техно-

логической цепочки обработки финансового документа процедуру передачи бумажного оригинала из рук клиента в руки оператора, переводя его в электронную форму. В дальнейшем, документ в электронном виде проходит абсолютно те же этапы обработки, предусмотренные банковской технологией, что и бумажный документ. Клиент может осуществить платеж, не выходя из офиса. С учетом транспортных проблем в современных городах это существенно упрощает процесс платежа, в более широком смысле приводит к тому, что клиент перестает быть территориально привязанным к обслуживающему его банку. У него появляется возможность выбрать банк, который его устраивает по качеству предоставляемых услуг, а не по степени территориальной близости. В результате усиливается конкуренция между банками, от которой, в конечном счете, выигрывают и банк, и его клиенты.

Вторым чрезвычайно важным для клиента следствием использования системы «банк-клиент» оказывается появление у него строгой и надежной системы реализации и учета внешнего документооборота. Качественная система «банк-клиент» позволяет автоматизировать практически весь документооборот между банком и его клиентами. Зачастую эта система для предприятия является первым современным инструментом, а для некоторых - первым средством внутренней автоматизации.

В банковской сфере Кыргызской Республики появилась система расчетов по микропроцессорным карточкам «Золотая корона».

В мае 1997 г. Расчетно-сберегательная компания выпустила в обращение собственную пластиковую карту «Алай Кард». Проект «Алай Кард» реализован в рамках российской платежной системы «Золотая корона».

Использование банкоматов (или Automatic Teller Machine, АТМ) стало первой попыткой банков предоставить клиенту возможность работы со своим счетом в любое удобное для него время и практически из любого места. Сейчас активно развивается система «банк-клиент», однако для частных лиц банкоматы еще долго будут единственным средством удаленного доступа в банк.

В общем случае банкомат представляет собой устройство, которое выполняет следующие типовые финансовые операции:

выдачу наличных денег с различных счетов (текущего, срочного и со счета по кредитным карточкам);

прием вкладов на текущий, срочный и другие счета;

перевод денег с текущего счета на срочный и, наоборот;

платежи: списание с текущего или срочного счетов, наложенные платежи.

К сожалению, развитие сетей банкоматов в Кыргызстане пока идет очень медленно. В Бишкеке уже появилась сеть банкоматов, установленных «Демир банком» и РСК, но в большинстве других городов их пока просто нет. Главными причинами такого положения являются неразвитость (по сравнению с мировым уровнем) банковской системы и, как следствие, отсутствие у населения свободных денежных средств и потребности в кредитных карточках.

Многие коммерческие банки КР являются членами платежной системы Western Union, созданной американской компанией с одноименным названием, которая позволяет осуществлять денежные переводы с использованием современных средств связи и обработки информации. Система Western Union определяет порядок отправления, выплаты, аннулирования и изменения данных денежных переводов в долларах США. Система включает в себя участие руководителя банка, курирующего отдел, оператора Western Union, бухгалтера отдела обслуживания физических лиц, отдела бухучета.

Многие коммерческие банки уже приступили к обналачиванию пластиковых карточек: Visa, Master Card, Europay.

В 2003 г. количество транзакций, прошедших по системе «Алай Кард», составляло 86,7 тыс. (88,2% от общего числа), по международным системам Visa и Master Card – 8,3 и 3,3 тыс., соответственно (8,5 и 3,4 %) и по Union Card – 6 транзакций (0,01 %).

Объем транзакций, проходящих по системе «Алай Кард», составляет 71,98 млн. сом. (25,8 % от общего объема транзакций), по международным системам Visa и Master Card – 151,1 и 55,9 млн. сом. соответственно (54,1 и 20,04 %) и по Union Card – 0,08 млн. сом. (0,03 %).

Для увеличения доли безналичных расчетов в республике и сокращения сроков проведения платежей Национальным банком Кыргызской Республики разработан комплекс мероприятий, одним из этапов которого явилось принятие Положения «Об основных требованиях к деятельности Национального процессингового центра Кыргызской Республики», связанного с исполнением совместного постановления Правительства КР и НБКР, №13 от 11.01.2002 г. «О мерах по совершенствованию порядка выплаты заработной платы работникам в государственном секторе и оплаты таможенных платежей и налогов через счета в коммерческих банках в Кыргызской Республике». Согласно совместному постановлению, Министерство финансов КР и НБКР разработали Государственную программу мероприятий на 2003-2005 гг. по внедрению системы безналичных платежей и созданию инфраструктуры, способной обеспечить

эффективное проведение регулярных платежей (заработная плата, пенсии, коммунальные услуги).

По итогам 2004 г., лидером среди банков Кыргызстана стало ОАО «АзияУниверсалБанк». Он закрепил свои позиции по размеру активов и стал первым по уставному капиталу, увеличив его до 300 млн. сом. Объем активов вырос на 123 % и достиг почти 4 млрд. сом. Клиентская база увеличилась в 2 раза. По результатам 2004 г., банк получил самую большую в своей истории прибыль – 26,9 млн. сом. В рамках своей миссии и приоритетов развития банк планирует продолжать внедрение новых для Кыргызской Республики банковских инструментов и услуг, например, новой схемы обслуживания клиентов, принятой в передовых банках мира – «принцип одного окна».

Поскольку финансовый рынок и избыточность наличных денежных средств в Кыргызской Республике требуют развития новых банковских продуктов и услуг для осуществления безналичных платежей, в 2004 г. «Демир Кыргыз Интернэшнл» банк продолжил свою работу по осуществлению проекта «Демир-24» и во втором полугодии внедрил услугу по безналичным расчетам за товары и услуги через сеть POS-терминалов с использованием дебетной карты «Демир-24». Банком планируется и дальше увеличивать общее количество установленных POS-терминалов. Число владельцев платежных карт «Демир-24» растет с каждым днем и уже составляет более 4 тыс., что является вторым показателем среди банков-эмитентов пластиковых карт в Кыргызстане.

В рамках разработки и предоставления новых международных услуг банк провел огромную работу и внедрил новый продукт интернет-банкинга – «DEMIR Net», позволяющий клиентам пользоваться банковскими услугами в режиме реального времени из любой точки мира, не посещая офис банка. В 2005 г. запланировано внедрение второй фазы банковского продукта «DEMIR Net», что даст возможность и корпоративным клиентам пользоваться этой услугой в полном объеме. Также банком планируется запуск нового проекта – выпуск бонусных карт «Демир-24», позволяющий владельцам бонусной карты производить оплату товаров и услуг в кредит или в рассрочку через сеть POS-терминалов и получать денежные бонусы за каждую произведенную транзакцию. Планируется начать эмиссию карт Visa Classic, Visa Gold, Visa Electron и их обслуживание посредством сети банкоматов и POS-терминалов. Для достижения этих целей банк будет проводить активную маркетинговую работу с настоящими и потенциальными клиентами: семинары и презентации, рекламные акции, направленные на потребителей данных услуг, а также другие мероприятия, объясняющие значение данного продукта.

В течение 2004 г. ОАО «Расчетно-сберегательная компания» наращивало свою активность на банковском рынке Кыргызстана. Активы компании интенсивно росли – их прирост составил в среднем 44,5 %. Депозитная база компании в 2004 г. увеличилась по сравнению с 2003 г. на 61,6 % (с 319 213 тыс. сом. в среднем за 2003 г. до 515 873 тыс. сом. в 2004 г.). Система пластиковых карт «Алай Кард» продолжает динамично развиваться. В 2004 г. был проведен ряд переговоров с ведущими банками страны с целью вывода системы «Алай Кард» на качественно новый уровень из локальной системы одного банковского учреждения в разветвленную систему с межбанковским статусом. В результате проведенных переговоров заключен договор о присоединении к системе «Алай Кард» ОАО «Экобанк». Компанией было эмитировано 2085 пластиковых карточек. Был внедрен ряд зарплатных проектов. В середине 2004 г. компания заключила договоры с Российской межрегиональной платежной системой «Золотая корона» и ОАО «Импэксбанк» (г. Москва), запустила новые срочные денежные переводы для физических лиц без открытия банковского счета «Страна Экспресс» в российских рублях и «Быстрая почта» в долларах США и евро. В настоящее время компания предоставляет услуги по денежным переводам «Страна Экспресс» в Россию в российских рублях, «Быстрая почта» в страны СНГ в долларах США и евро, «МаниГрам» в 165 стран мира в долларах США, «Кыргыз трансфер» по Кыргызстану в национальной валюте, также при наличии банковского счета клиенты компании могут перечислить деньги в любую точку мира с помощью глобальной банковской системы «SWIFT».

Наряду с интенсивным развитием вычислительных средств и систем передачи информации, все более актуальной становится проблема обеспечения ее безопасности. Меры безопасности направлены на предотвращение несанкционированного получения информации, физического уничтожения или модификации защищаемой информации.

Источниками активных угроз могут быть непосредственные действия злоумышленников, программные вирусы и т.п.

К основным угрозам и безопасности информации относят: раскрытие конфиденциальной информации; компрометация информации; несанкционированное использование информационных ресурсов; ошибочное использование ресурсов; несанкционированный обмен информацией; отказ от информации; отказ от обслуживания.

В практической маркетинговой деятельности применение мер и средств защиты информации включает следующие самостоятельные направления:

- защиту информации от несанкционированного доступа;
- защиту информации в системах связи;
- защиту юридической значимости электронных документов;
- защиту конфиденциальной информации от утечки по каналам побочных электромагнитных излучений и наводок;
- защиту информации от компьютерных вирусов и других опасных воздействий по каналам распространения программ;
- защиту от несанкционированного копирования и распространения программ и ценной компьютерной информации.

Определяющим фактором при выборе и использовании средств защиты является надежность защиты.

Перспективы внедрения автоматизированных банковских технологий в Кыргызстане велики. Они позволят поднять статус государства в финансовой области на высокий уровень. К таким передовым информационным технологиям относятся: информационный сервер банка; удаленное управление счетом; WAP-банкинг; SMS-сообщения; торговые операции на биржах (Internet-trading); обслуживание интернет-магазинов.

В целях повышения качества обслуживания клиентов, ускорения проведения и обеспечения надежности расчетов необходимо внедрять новые банковские продукты, основанные на современных технологиях, высокой степени автоматизации и компьютеризации операций. В Кыргызстане намечались положительные тенденции для роста экономики, и банковская сфера имеет шансы занять достойное место в этом процессе.

Источники:

1. Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учеб./Под общ.ред. И.Т. Турбина. - М.: Финансы и статистика, 2000.
2. Информационные системы в экономике: Учеб./Под ред. В.В. Дика. - М.: Финансы и торговля, 2000.
3. Тютюнник А.В., Шевелев А.С. Информационные технологии в банке - М.: Изд. группа «БДЦ-пресс», 2003.
4. «Банковский вестник». - 2005. - №1.

Февраль 2006 г.