

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра финансов и кредита

Анализ проблем потребительского кредитования

**АВТОРЕФЕРАТ
БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студентки 4 курса 412 группы
направления 38.03.01 Экономика профиль «Финансы и кредит»
Экономического факультета

Рашидовой Аминат Магомедмустафаевны

Научный руководитель
доцент кафедры финансов и кредита,
к.э.н., доцент _____

А.Н.Айриева

Зав. кафедрой финансов и кредита
к.э.н., доцент _____

О.С.Балаш

Саратов 2018 г.

Актуальность исследования. В настоящее время одним из динамично развивающихся рынков в России является рынок потребительского кредитования. Потребительское кредитование является неотъемлемой частью современного розничного рынка, покупателями на котором являются граждане, приобретающие товары и услуги для личного потребления.

Потребительский кредит занимает особое место в общей банковской системе и играет немаловажную роль в современной рыночной экономике. Он служит средством удовлетворения различных потребительских нужд населения и способствует выравниванию потребления групп населения с различным уровнем доходов. В последние годы кредитование потребителей и выдача ипотечных кредитов отнеслись к разряду наиболее популярных финансовых услуг, предоставляемых банками. Несмотря на это, потребительское и ипотечное кредитование имеют свои существенные недостатки с точки зрения банкиров. Процент невозвращенных кредитов подобного рода обычно выше, чем по другим кредитам. Во многих случаях наиболее прибыльными являются кредиты семьям. Ключевым фактором предоставления качественных потребительских кредитов выступают характер и чувство ответственности заемщика. Банк может оценить их с помощью анализа кредитной истории заемщика и по многим другим факторам. Все это подчеркивает актуальность выбранной темы дипломной работы.

Теоретической базой выпускной квалификационной работы выступили статьи периодической печати, научные труды российских и зарубежных экономистов, таких как Адиебеков М.Г., Антонов Н.Г., Ачкасов А.И., Братко А.Г., Бункина М.К., Ендророва В.Н., Ковзанаде И.К., Ковтун Р.С. и другие.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические основы потребительского кредитования;
- проанализировать тенденции потребительское кредитование в РФ;
- рассмотреть состояние потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк России»;

– определить мероприятия, направленные на совершенствования потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк России».

Предметом данной выпускной квалификационной работы является анализ и исследование развития потребительского кредита в коммерческом банке ПАО «Сбербанк России», а также особенности эволюции потребительского кредитования в России.

Целью выпускной квалификационной работы является комплексный анализ потребительского кредитования в России, отражение проблем и перспектив развития.

Объектом исследования является ПАО «Сбербанк России».

Методологической основой исследования явились фундаментальные методы анализа, статистических исследований и т.д.

Теоретической базой послужили исследования отечественных и зарубежных экономистов по проблеме становления и формирования банковской системы России, проблемам финансового состояния коммерческих банков, способам их оздоровления и банковскому менеджменту.

Информационной базой работы послужили официальные документы: постановления, указы и распоряжения представительных и исполнительных органов Российского государства, разработки групп экспертов Банка России, а также материалы и данные, опубликованные в монографиях и периодической печати, официальный сайт ПАО «Сбербанк России» и др.

Краткое содержание основных глав. В первой главе под названием «Теоретические основы потребительского кредитования коммерческого банка» рассматриваются сущность. Функции и роль потребительского кредита, а также особенности его развития в России. С. Даниленко полагает, что «потребительский кредит - это предоставление кредитными организациями денежных средств физическому лицу в целях удовлетворения личных, семейных, бытовых, повседневных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью, на условиях, установленных

договором, где размер, сроки и иные условия определяются в зависимости от вида кредита (например, автокредит), его обеспеченности и т.д.»

Наблюдающиеся в последнее время стремительное развитие потребительского кредитования в России дает основание отнести его к числу факторов, которые в среднесрочной перспективе способны оказывать существенное влияние на экономическую и социальную жизнь общества.

В стратегии развития банковского сектора Российской Федерации, принятой правительством и Банком России, в частности, подчеркивается, что важным направлением развития кредитных операций отечественных банков могут стать их операции с розничными клиентами, а именно ипотечное кредитование и потребительский кредит. Причем в этом документе особо отмечается, что на степень коммерческого интереса кредитных организаций к таким операциям влияют уровень риска, издержки банков, связанные с необходимостью рассмотрения большого количества кредитных заявок, а также стоимость ресурсов, привлеченных кредитной организацией.

Все большую актуальность приобретает тема развития потребительского кредитования в нашей стране в связи с нарастающими объемами товарооборота организаций, которые во многом обусловлены наличием такой услуги на рынке, как приобретение товаров в рассрочку.

Кредитная политика, проводимая современными коммерческими банками, находится под влиянием многих факторов, определяемых особенностями экономической и политической ситуации в России. Под влиянием этих же факторов складываются и особенности механизма кредитования и выстраивания кредитных отношений банков и торговых организаций, которые со временем и изменением экономических условий развиваются и приобретают новые особенности.

Потребительский кредит тесно связан с розничной торговлей: с одной стороны, с увеличением товарооборота растет объем кредита, поскольку спрос на товар порождает спрос на кредит, с другой — рост кредитования населения усиливает платежеспособный спрос. Указанная зависимость стала

особенно тесной в настоящее время в условиях высокой насыщенности рынка товарами: продать потребителю дорогостоящий товар легче в рассрочку, достигающую нескольких лет.

Главная социальная функция потребительского кредитования состоит в повышении уровня жизни населения: частные лица получают в свое распоряжение предметы потребления, либо недвижимость, прежде чем сумеют накопить необходимые средства для их приобретения.

В России производители товаров длительного пользования (включая недвижимость) ежедневно сталкиваются с проблемами ограниченности спроса, вызванной как раз отсутствием возможности эффективной продажи в рассрочку. Это, в первую очередь, касается жилищного строительства и автомобилестроения, а также торговых организаций, реализующих достаточно дорогую импортную бытовую и оргтехнику и пр.

Говоря об особенностях расширения кредитных операций в части работы с населением необходимо, по всей видимости, принять более гибкую политику в отношении клиента как в общих вопросах кредитования, так и в узких (схема погасительных платежей), т.к., не смотря на значительное количество заявок на получение кредита, многие из предложений оказываются нереализованными по причине неоперативности либо излишней жесткости условий банка к потенциальному заемщику или в виду отсутствия обеспечения.

В заключении можно сказать о том, что потребительское кредитование или кредитование физических лиц является одной из проблемных зон банковских операций. Основная проблема же потребительского кредитования – это невозврат займов, необходим комплекс мер для его поддержания.

Во второй главе под названием «Состояние потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк России»» проводится анализ потребительского кредитования коммерческого банка на примере ПАО «Сбербанк России».

Кредитная деятельность ПАО «Сбербанк России» определена как одно из приоритетных направлений, поэтому кредитными отделениями банка поставлена комплексная задача по увеличению объема ссудной задолженности физических лиц с одновременным сохранением качества кредитного портфеля. Для дальнейшего развития кредитной деятельности ПАО «Сбербанк России» необходимо развивать банковский розничный бизнес, усовершенствовать стратегию кредитования частных клиентов посредством возможности расширения каналов реализации банковских продуктов и повышения качества кредитного процесса.

Высокотехнологичные решения в области кредитования физических лиц позволят банку минимизировать различные виды рисков, связанных с предоставлением кредита, повысить качество обслуживания клиентов, увеличить уровень доходности банка. Для этого Банк уделяет приоритетное внимание развитию кредитования физических лиц. Из овердрафтов, кредитных линий будут сформированы удобные выгодные пакеты «Сбербанк на каждый день», соответствующие потребностям различных клиентских сегментов: пенсионеров, молодежи, более состоятельных клиентов.

В заключительной части исследования определены мероприятия, направленные на совершенствования потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк России».

Банку необходимо развивать возможности по формированию для клиентов индивидуальных, персонализированных кредитных продуктов, адаптированных именно под их ситуацию и потребности. Важной задачей является развитие новых кредитных направлений розничного бизнеса и партнерств, увеличение доли на рынке кредитования физических лиц, а также достижение положительной динамики по уровню удовлетворенности процесса кредитования клиентов. Это приведет к значительному повышению показателей результативности розничного бизнеса ПАО «Сбербанк России».

Первым направлением является разработка решений в области недостаточно развитой схемы привлечения и удержания клиентов по

кредитованию физических лиц. Для того чтобы быть ближе с клиентом «удержать его», заинтересовать кредитными программами — банку необходимо подстраиваться под его интересы, что требует все большего выбора кредитных продуктов.

Вторым направлением является разработка решений в области неполноценной адаптированности работы с клиентами под потребности больших групп: поддержание узкой линейки кредитных продуктов, направленных на отдельные сегменты общества.

Банк для определения своих конкурентных преимуществ выявляет перспективный сегмент рынка, группу потребителей и технологию продвижения новых банковских продуктов. Процесс сегментирования, базирующийся на дифференциации, включает несколько этапов: качественное и количественное исследование рынка, оценку и анализ, подтверждение правильности результатов анализа и, наконец, составление профиля сегмента. Качественное исследование банковского рынка нацелено на поиск клиентских мотиваций, выявление отношений клиентов к банковским продуктам, выяснение возможного поведения клиента на данном сегменте. Количественное исследование банковского рынка определяет масштаб сегментов, перспективы их развития. Клиенты отличаются широкими характеристиками: запросами, устремлениями, платежными возможностями. Для индивидуального подхода к клиентам необходимо создавать для них специальные предложения, модели обслуживания.

Третьим направлением является разработка решений в области роста просроченной ссудной задолженности в кредитном портфеле физических лиц. Основным методом снижения доли просроченной задолженности в кредитном портфеле физических лиц должно быть усиление оценки кредитоспособности клиента.

В заключении работы следует отметить, что важной задачей является развитие новых кредитных направлений розничного бизнеса и партнерств, увеличение доли на рынке кредитования физических лиц, а также

достижение положительной динамики по уровню удовлетворенности процесса кредитования клиентов. Это приведет к значительному повышению показателей результативности розничного бизнеса ПАО «Сбербанк России».

Таким образом, кредитование физических лиц является одним из основных направлений в области кредитной политики банка, что обуславливает необходимость решения выявленных проблем, связанных с этим процессом. Выявленные проблемы: недостаточная развитая схема привлечения и удержания клиентов в области кредитования физических лиц, отсутствие узкой линейки кредитных продуктов, направленные на отдельные сегменты общества и рост просроченной ссудной задолженности требуют разработки и реализации решений в области развития кредитной политики банка. Основные направления по совершенствованию кредитования физических лиц, в основе которых лежит привлечение и удержание клиентов, выделение множественной сегментации потребителей, учитывающих их предпочтения и снижение объема просроченной ссудной задолженности в кредитном портфеле физических лиц. Создание и поддержание новых кредитных продуктов, сочетающих в себе преимущества как для заемщика, так и для кредитора.