

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/magisterskaya-rabota/20526>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Экономика

Введение 3

1 Современный рынок кредитных банковских продуктов 6

1.1 Понятие и специфика организации рынка банковских продуктов 6

1.2. Кредитные банковские продукты: особенности и виды 14

1.3 Рынок кредитных банковских продуктов и услуг: российский и зарубежный опыт 16

2 Методические основы создания кредитных продуктов для физических лиц 34

2.1. Архитектура создания кредитного продукта для физических лиц.....34

2.2. Конкурентоспособность кредитных продуктов 37

2.3. Клиентоориентированная стратегия продукт-менеджмента банка45

3. Технологии продвижения кредитных продуктов для физических лиц на рынке 56

3.1. Концепция продвижения банковских продуктов на рынке 56

3.2. Современные методы, технологии и модели организации продвижения банковских продуктов на рынке 72

Заключение 94

Список литературы 96

Введение

Актуальность темы исследования. Рынок кредитования физических лиц делится на два больших сегмента. Они отличаются системами фондирования ресурсов, целевым назначением кредитов, лимитами и сроками кредитования. Как следствие, эти сегменты подразумевают разные временные горизонты планирования отношений между заемщиком и банком, разный уровень ответственности заемщика при принятии решения о необходимости взять кредит и ряд других отличительных характеристик.

Первый сегмент – это ипотечное кредитование, второй – потребительское кредитование на неотложные нужды. На каждом из этих сегментов присутствуют разные стратегии продвижения продуктов. Они определяются институциональными характеристиками участника рынка и выбранной стратегией развития бизнеса, которая включает, в частности, ориентацию на выбранные целевые аудитории, развития сбытовых сетей и др.

По состоянию на 1 апреля 2017 года, доля кредитов на неотложные нужды составляла 86% в общем объеме задолженности физических лиц.

На рынке потребительского кредитования для достижения необходимого объема продаж используются следующие продукты:

- классическое потребительское кредитование на неотложные нужды (любые цели);
- автокредитование;
- кредитные карты.

Ипотека является способом решения жилищной проблемы, стоящей перед 60% российских семей, в той или иной степени неудовлетворенных своими жилищными условиями. Ипотечное кредитование делает жилье доступным многим людям, ведь помимо экономической роли, ипотечное кредитование выполняет еще немаловажные социальные функции.

Кроме банков на рынке ипотечного кредитования присутствуют другие крупные игроки. Это региональные ипотечные компании и фонды. В большинстве своем они созданы местными региональными властями и направлены на решение жилищных проблем жителей региона. В зависимости от региона задачи, которые решают данные компании, отличаются. Некоторые развивают социальные программы, некоторые инвестируют в строительство, некоторые выдают ипотечные кредиты, как по собственным программам, так

и программам АИЖК (Агентства по ипотечному жилищному кредитованию), некоторые занимаются рефинансированием.

Помимо стандартной ипотеки существует ипотека с государственной поддержкой – это особая программа кредитования, по которой часть средств поступает из государственного пенсионного фонда. При оформлении займа снижается процентная ставка, что уменьшает общую переплату за купленное жилье. Например, в программе жилье для молодой семьи, государство оказывает материальную помощь на покупку жилья, которая составляет 35% от стоимости квартиры. При оформлении ипотеки государство вносит положенную сумму на счет банка, чем частично погашает кредит. Данный проект был организован сравнительно недавно и участие в нем принимают немногие банки. В этом и заключается сложность оформления ипотеки – заемщик должен подходить под условия конкретной компании. То есть право выбора между банками ему фактически не предоставляется. Однако данная программа имеет тенденцию к развитию, поэтому в скором времени планируется увеличение количества участников проекта. Ранее оформить ипотеку с господдержкой могли только семья с социальной защитой государства. К ним относятся многодетные, молодые семьи, одинокие родители, семья с детьми или родителями инвалидами. Как говорилось ранее, на рынке ипотечного кредитования существует большая конкуренция. Однако большая часть рынка принадлежит крупным игрокам. Банки-лидеры по объемам выдачи ипотечных кредитов не обязательно предоставляют самые привлекательные услуги, это может быть обусловлено их известностью, надежностью, присутствием во многих населенных пунктах. Конкурентоспособность – это способность объекта выдерживать конкуренцию по сравнению с другими аналогичными объектами в условиях определенного рынка.

Цель исследования – изучить и проанализировать кредитные продукты физических лиц и их продвижение на банковском рынке.

Задачи исследования:

- 1) изучить современный рынок кредитных банковских продуктов;
- 2) рассмотреть методические основы создания кредитных продуктов для физических лиц;
- 3) проанализировать технологии продвижения кредитных продуктов для физических лиц на рынке.

Предмет исследования - технологии продвижения кредитных продуктов для физических лиц на рынке.

Объект – ипотечное кредитование.

В работе использованы научные труды, статьи, книги и интернет источники.

Работа по структуре состоит из введения, трех глав основного текста, заключения и списка использованной литературы.

1 Современный рынок кредитных банковских продуктов

1.1 Понятие и специфика организации рынка банковских продуктов

В современной России существует большое количество коммерческих банков, основной деятельностью которых является реализация различных банковских продуктов и услуг. К таким услугам и продуктам можно отнести проведение валютных операций, сберегательные депозиты, хранение ценностей, кредиты, депозиты. Главная стратегическая цель банка – привлечение максимального количества клиентов, расширение рынка сбыта и увеличение занимаемой доли рынка, которые должны привести к увеличению прибыли.

Если несколько лет назад конкуренция на рынке была незначительная, то сейчас, особенно в период кризиса, она настолько высока, что банкам приходится реализовывать весь спектр существующих продуктов и услуг для повышения собственной конкурентоспособности. Уже сейчас коммерческий банк способен предложить своему клиенту более 200 банковских продуктов и услуг, при этом достаточно широкая диверсификация позволяет не только сохранять постоянных клиентов, но и привлекать новых. Прежде чем начать подробное изучение ассортимента предоставляемых банковских услуг на современном российском рынке необходимо дать определение самому понятию – банковский продукт.

Банковский продукт – это предоставляемый банком в определенной последовательности взаимосвязанный комплекс банковских услуг, направленный на удовлетворения потребностей клиента банка. Важно помнить, что в основе каждого банковского продукта лежит определенная технология, которая определяет тип продукта. Например:

- расчетные банковские счета;

- депозитарные и сберегательные счета;
- кредиты.

Стоит отметить, что существуют различные формы кредитования: ипотечное, потребительское, овердрафты, факторинг, лизинг и другие.

Кроме того, банковские продукты и услуги включают в себя и проведение операций по карточным счетам. Для обеспечения доступа к деньгам, хранящимся на счету у клиента, банком выпускается карта.

Рассмотрим основные виды банковских продуктов.

Валютные операции представляют собой продажу банком одной валюты, например, американского доллара, за другую, например, за фунты стерлингов. При проведении данной операции взимается определенная плата за предоставляемую услугу. Стоит учесть, что не во всех коммерческих банках предоставляется данная услуга, так как она сопряжена с валютным риском. В основном обменными операциями занимаются крупные банки.

Сберегательные депозиты создаются в целях изыскания дополнительных средств. Для клиента такой депозит представляет собой размещение денежных средств в банке с целью сохранения и получения дохода. В зарубежной практике к сберегательным относят депозиты, предназначенные для накопления денежных средств населения. При этом к сберегательным вкладам никаким образом не относятся денежные средства, которые размещены на счета для выполнения расчетных операций. В российской практике к сберегательным счетам относят как срочные вклады населения, так и счета граждан до востребования.

Стоит отметить отдельный вид счетов – чековый. Подразумевается открытие одного счета до востребования, который позволяет вкладчику выписывать в уплату за предоставление различных товаров и услуг переводные векселя. Эти векселя выплачиваются банком и немедленно.

Хранение ценностей в банковских ячейках. Обычно к ценностям относят драгоценные металлы, драгоценные камни, ценные бумаги и документы. Безопасность хранения обеспечивает отдел банка, отвечающий за аренду сейфов. Сохраняется в банке ценность до того момента, пока она не понадобится клиенту. Существуют различные виды аренды ячеек – от посуточной аренды, до более продолжительных периодов.

Кредитование представляет собой финансовые отношения, когда банком выдается денежная сумма во временное пользование, а клиент пользуется ей на условии возвратности и возмездности. В банках кредиты выдают как в национальной, так и в иностранной валютах.

Одним из основных видов банковских услуг является предоставление консультаций. Традиционно банки консультируют своих клиентов по вопросам инвестирования, покупки различных ценных бумаг. Так же предоставляются консультации по ведению бухгалтерского учета, заполнения налоговых деклараций. Одна из самых важных деятельностей банка – разработка новых банковских продуктов. Основой для этого является удовлетворение каких-либо потребностей клиентов. Эффективность работы банка определяется возможностью предоставления реальной выгоды клиенту, который покупает тот или иной продукт. Для того чтобы новый банковский продукт на выходе был востребован среди клиентов, на первом этапе разработки производится мониторинг внешней среды с целью поиска идей. Информация собирается агентами банка и консультантами, которые непосредственно связаны с клиентами. Полученная в ходе сбора информация позволяет определить существующую потребность. После того, как маркетологи получают и проанализируют информацию, выдвигается несколько идей по созданию нового продукта. Среди предложенных идей отбирается наиболее подходящая для банка и определяются свойства потенциального нового продукта. На последнем этапе проводится анализ потенциального рынка сбыта на предмет целесообразности затрат на разработку, внедрение и сопровождение продукта. Если по результатам исследования возможная прибыль будет превышать затраты, то банк переходит непосредственно к разработке продукта.

Этап разработки по праву считается самым тяжелым. На этом этапе проводится изучение нормативно-правовой базы, обучение персонала, получение лицензии на реализацию продукта.

Конечным этапом является тестирование, когда новый продукт предлагается ограниченному числу клиентов среди постоянных. Если новая услуга действительно отвечает всем требованиям клиента и имеет положительный отклик, то банк предлагает ее уже более широкому кругу клиентов и выводит на рынок. Стоит отметить, что создание новых продуктов положительным образом влияет на работу банка. Это позволяет банкам не только провести более точную работу по привлечению новых клиентов, но и увеличить свою прибыль.

Таким образом мы видим, что современная экономическая обстановка в мире в целом и в России в

частности вынуждает коммерческие банки не только осваивать и предоставлять максимально возможный спектр продуктов и услуг, но и заниматься разработкой. В сложившихся условиях некоторые мелкие банки вынуждены закрываться, некоторые находятся на грани банкротства, но те, которые могут подстраиваться под изменяющиеся условия и оперативно реагировать на изменяющийся спрос, не только сохраняют, но и преумножают своих клиентов.

В последние года на российском рынке банковских услуг и продуктов сложились такие тенденции:

- быстрое развитие информационных, банковских технологий, которые позволяют банкам расширять свой ассортимент предоставляемых услуг и продуктов;
- перестройка финансового и банковского секторов, характеризующаяся появлением новых сегментов рынка;
- повышение финансовой грамотности клиентов.

Улучшение ассортимента банковских услуг и продуктов происходит за счет высоких темпов роста глобализации и интеграции экономических процессов во всём мире.

Таким образом, российский рынок характеризуется выделением новых сегментов. В каждом новом сегменте есть своя база клиентов, которая представляет собой определённое число клиентов банка, у которых открыты банковские счета, карты, открыты депозиты и выданы кредиты. Если учесть все перемены в предпочтениях клиентов, быстрый рост развития технологий и постоянное изменение состояния конкурентной среды, банку становится невыгодным предлагать клиентам уже давно используемые услуги и продукты. Поэтому каждому банку располагать собственными технологиями и идеями, чтобы разработать что - то новое или усовершенствовать уже имеющееся.

Например, для того чтобы усовершенствовать кредитование, не обязательно создавать новые виды кредитов или разрабатывать новые условия, а стоит всего лишь улучшить уже имеющиеся, внести коррективы, необходимые для удовлетворения новых потребностей клиентов. Существует большое количество факторов, которые вынуждают банки создавать новые продукты, таким образом, требования клиентов – это именно тот фактор, который обладает наибольшим влиянием. Чтобы узнать все более новые желания и потребности клиентов. Банку необходимо проводить опросы, рассылать письма, постоянно поддерживать связь с ними. Так же банки должны следить за ассортиментом своих конкурентов, продукты услуги, тем самым расширяя свою базу. Также узнать о желаниях клиентов можно с помощью обслуживающего персонала, который находится в повседневном непрерывном контакте с клиентами. Поэтому для увеличения еще большего числа клиентов банки должны создавать консультативные отделы или открывать разделы на своих сайтах, где потенциальный клиент сможет получить исчерпывающие и понятные ответы на все интересующие его вопросы.

С каждым годом увеличивается количество людей, которые используют пластиковые карточки, поэтому необходимо увеличит количество банкоматов и касс, особенно в местах массового скопления людей. Так же для увеличения клиентской базы банкам необходимо увеличивать объемы кредитования населения и расширять ассортимент своих кредитных продуктов, проводя постоянные рекламные акции для информирования населения о существующих продуктах и условиях их получения. Наиболее перспективными видами кредита в российской федерации на сегодняшний день являются ипотечные, образовательные и автокредиты, а также так называемые накопительные схемы, которые предполагают выдачу кредита после накопления клиентом банка на своём депозитном счету определённой суммы денежных средств.

Российские банки сильно отстают в развитии от банков других стран. Сократить разрыв в отставании возможно в том случае, если использовать новые идеи и современные технологии и внедрять их в банковскую сферу. Внедрение такого опыта банков зарубежных стран в практику банков Российской Федерации также способно оказать положительное влияние на их деятельность и помочь в формировании и развитии российского рынка банковских услуг и продуктов в таких областях, как: банковские счета и карты, интернет банкинг, консультация клиентов по финансовым вопросам, хеджирование рисков. В данный период времени российские банки уже активно используют в своей работе опыт банков зарубежных стран. Начинают успешно развиваются все виды электронных услуг, так называемый интернет банкинг. Однако, по-прежнему, основной проблемой рынка банковских услуг и продуктов в РФ остаётся неинформированность и неграмотность населения, а также недостаточное развитие банковских технологий. Решить эти проблемы возможно при помощи внедрения банковских инноваций. Несмотря на это, опыт российских банков в разработке банковских технологий очень ограничен по причине строго действующего законодательства, которое не позволяет разрабатывать, внедрять и использовать в полной мере новые банковские услуги, так как они не предусмотрены действующим законодательством.

Всё это негативно влияет на деятельность банков и на развитие банковского сектора в целом, замедляет развитие рынка банковских услуг и продуктов, при том, что финансовый и банковский сектор сами по себе развиваются очень быстро: возрастает количество банков, универсализируется их деятельность, становится востребованным индивидуальный подход к каждому клиенту. Именно поэтому большую роль в развитии российского рынка имеет опыт банков зарубежных стран в области разработки и внедрения услуг и продуктов в банковский сектор.

Традиционные банковские услуги более востребованы, нежели инновационные и новые продукты. Поэтому для своего развития банкам необходимо внедрять новые рекламные акции, размещать на своих сайтах более подробную информацию о новейших технологиях и продуктах, чтобы каждый потенциальный клиент смог рассмотреть для себя выгоду от этих продуктов.

На данный момент в Российской Федерации существуют такие банки, которые смогли бы правильно применить опыт банков зарубежных стран, благодаря чему смогли выйти на международный рынок банковских продуктов и услуг.

Таковыми банками являются Сбербанк России, Росбанк, ВТБ24 – именно эти банки предоставляют широкий ассортимент услуг и продуктов для экспортёров, благодаря чему они смогут без проблем поддерживать международные кредитно - финансовые и расчётно - платёжные отношения с банками зарубежных государств.

В результате проведения данной работы можно выделить основные пути повышения качества продвижения банковских продуктов и услуг на территории Российской Федерации:

- разработка новых путей развития многоканального сервиса обслуживания клиентов банка.
 - непосредственное применение опыта зарубежных банков, который окажет положительное влияние на деятельность и уровень обслуживания банков.
 - внедрение новых возможностей обслуживания клиентов, внедрение интернет-банкинга и его активное использование - стандартизация и автоматизирование процесса предложения отдельных банковских услуг;
 - разработка новых путей реализации банковских товаров и услуг, разработка стратегий для увеличения спроса на эти продукты и услуги.
 - активное проведение новых рекламных акций, информирующих население о более новых товарах и услугах - увеличение спектра банковских продуктов и услуг, а так же повышение качества обслуживания.
- Вывод к основным проблемам развития российского рынка банковских продуктов и услуг следует отнести: несовершенная законодательная база, низкий уровень грамотности населения, несовершенная технологическая база и т.д. Таким образом можно отметить, что развитие рынка банковских продуктов и услуг нуждается в совершенствовании своей деятельности и ее регулирования. Банкам необходимо наладить процедуру информирования своих клиентов, как постоянных, так и потенциальных о внедрении новых продуктов, что приведет к увеличению спроса на эти продукты и услуги. А так же применение зарубежного опыта в своей деятельности, для ее непосредственного улучшения.

1.2. Кредитные банковские продукты: особенности и виды

Кредитная деятельность банков связана с инициированием создания новых продуктов и в этом смысле она носит интеллектуальный характер. В процессе разработки кредитных продуктов банки должны решать две основные задачи: снижение своих кредитных рисков и максимальное удовлетворение потребностей клиентов. Анализ современной практики и мнений, представленных в экономической литературе, позволяет говорить о том, что в настоящее время главное внимание учеными и практиками уделяется вопросам управления конкурентоспособностью кредитных продуктов с учетом:

- их рискового уровня и доходности;
- формирования имиджа для банков;
- продвижения этих продуктов на рынке;
- видов и стадий разработки и внедрения банковских инноваций. Иными словами, основной упор делается на решении проблем банковского менеджмента и маркетинга, при этом вопросы приближения условий кредитных продуктов к финансовым потребностям клиентов, и прежде всего, корпоративных заемщиков нефинансового сектора экономики, рассматриваются достаточно узко, фрагментарно и опять же с позиции приоритета приемлемости кредитных рисков для банков. Вместе с тем основой возвратности кредитов, а соответственно и минимизации кредитных рисков банков, как известно, выступает завершение кредитруемой сделки, которое возможно на основе гибкого участия кредита в обороте заемщиков, своевременного авансирования его потребностей в капита

Список литературы

1. Гражданский кодекс РФ (часть третья) №146 - ФЗ от 26.11.2001(ред. от 05.05.2014)
2. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» № 395 - I от 2 декабря 1990 г.
3. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» № 86 - ФЗ от 10 июля 2002 г
4. Федеральный Закон от 11 ноября 2005 г. N 152-ФЗ "Об ипотечных ценных бумагах" (с изм. и доп. от 29 декабря 2006 г.) Собрание Законодательства РФ, 2007 г, №6. 501 с.
5. Постановление Правительства РФ от 11.01.2000 №28 «О мерах по развитию системы ипотечного жилищного кредитования в РФ» (с изм. от 8 мая 2004 г.). Собрание Законодательства РФ, 2007 г, №6. 501 с.
6. Методические рекомендации по организации и порядку осуществления программ ипотечного жилищного кредитования/ Под ред. Н.Б. Косаревой. – М.: Фонд "Ин-т экономики города". - [2-е издание, дополненное]. - М. : Институт экономики города, 2015. 89 с.
7. Артемкина Е.В. Государственная поддержка ипотечного жилищного кредитования в контексте решения социально-экономических проблем российского общества // Мир науки, культуры, образования. – 2012. – № 4. - С. 330-332
8. Асаул А.Н. Экономика недвижимости. 2-изд. – СПб.: Питер, 2014 г., - С. 174-206
9. Бабина Н.В. Кредитные истории и кредитные бюро как источник информации о розничном ссудозаемщике: В сб. научн. докладов и выступлений секции «Антикризисное управление в сфере сервиса» на 11-й научно- 88 практической конференции «Наука - сервису», ГОУВПО «МГУС». - М., 2014. 216 с. 1
10. Бабина Н.В. Система оценки кредитоспособности физических лиц // Теоретические и прикладные проблемы сервиса. №4(21). 2012. 156 с.
11. Блад Р. Страхование кредитного риска при ипотечном жилищном кредитовании в Российской Федерации // Международный семинар. Жилищное финансирование, ипотечное жилищное кредитование. Дубна, 2014. - С. 98-138
12. Бровкина Н. Е. Тенденции развития продуктов российского кредитного рынка // Деньги и кредит. 2011. № 3. С. 37-42.
13. Бударь С.Ю., Бургун Н.В., Бердышев О.К. Удовлетворенность потребителей как критерий эффективности деятельности предприятия // АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННОМ НАУЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: сборник статей студентов, аспирантов молодых ученых и преподавателей - Уфа: АЭТЕРНА, 2016. - С.27-29
14. Величко Н.Ю. Исследование лояльности и удовлетворенности потребителя и методы управления ими/В книге: Социально-экономические и правовые основы развития экономики. Уфа, 2015. С.58-69
15. Гузикова Л.А. Ипотечный рынок России: состояние и проблемы / Л.А. Гузикова // Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2015. - №3. - С. 25-27
16. Дзансолова Б.С. Новые банковские продукты и проблемы их внедрения на Российском рынке // Актуальные проблемы теории и практики.-2012. - №2. - С. 14 – 16. 3.
17. Деньги. Кредит. Банки: учеб. пособие /Колтыпин П.Н., Багрий Н.М., Склярова Ю.М., Скляров И.Ю., Гурнович Т.Г., Воронин М.А., Капустина Е.И., Тельнова Н.Н., Манжосова И.Б., Германова В.С., Шилова Н.А., Чепракова Т.Н., Бездольная Т.Ю., Григорьева О.П., Кулешова Л.В., Феровова А.В., Скребцова Т.В., Собченко Н.В., Мануйленко В.В., Величко Н.Ю., Минасян С.Д. Изд-е 5-е. перераб. и доп. М.: Финансы и статистика; Ставрополь: Изд-во СтГАУ «Агрис». 2011. 352 с.
18. Евсеева Н.В. Особенности развития банковских услуг в России. // Банковский маркетинг. – 2012.
19. Журкина Н.Г. Современная ипотека: состояние, проблемы, решения // Финансы. - 2014. - №6.- С.17-19
20. Заблотская Л.В. Финансовый механизм ипотеки// Коммерсант – деньги. - 2016 г. - № 46. - С.10
21. Иванов В.В. Ипотечное кредитование / Информ.-внедрен. центр «Маркетинг». — М., 2014. 42 с.
22. Кирьянов, М.А. Ипотечный кредит – это социальная ответственность / М.А. Кирьянов // Банковское дело. – 2011. - №11. - С. 27-32
23. Концепция развития системы ипотечного жилищного кредитования в РФ (одобрена Постановлением Правительства РФ от 11.01.2000 №28). Собрание Законодательства РФ, 2007 г, №6. 501 с.
24. Красиков А.Жилье в кредит.// Твой новый дом. - 2015.- № 10. - С. 15-18 26 Кулакова А. Ю. Ипотечное жилищное кредитование в России // Молодой ученый. — 2014. — №17. - С. 282-285
25. Кулешова Л.В., Лапина Е.Н. Проблемы и перспектив развития ипотечного кредитования в мире: Сборник научных трудов: Материалы международной научно-практической конференции г. Ставрополь, 23 июня 2010 – Ставрополь: ИП Сыровец В.Л., 2010. - С. 58-67

26. Кульмухаметова, Ф.М. Ипотечное кредитование / Ф.М. Кульмухаметова // Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2009. - №4. - С. 15-17
27. Леднев М. В. Новые продукты для финансирования бизнеса // Банковское кредитование. 2011. № 2 (36). С. 89-97.
28. Логинов М. Система ипотечного жилищного кредитования в России: проблемы и пути решения // Деньги и кредит / 2015. №4. - С. 22-30
29. Лященко Н.А. Причины и факторы возникновения банковского кризиса// Управление и экономика в XXI веке. -2014. -№ 1. -С. 31-37.
30. Лященко Н.А. Совершенствование банковской системы на современном этапе //Управление и экономика в XXI веке. -2015. -№ 2. -С. 43-48.
31. Рынок банковских продуктов // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XXXI студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2016 —№ 2(31)
32. Самойлова Т. Банки и банковские продукты // Популярныe финансы. – 2014. - № 3. - С.23– 26.
33. Семенюта О.Г., Данченко Е.А., Панченко Н. О. Рынок банковских услуг как фактор устойчивости банковской системы // Финансы и кредит. 2014. № 2. С. 2-9.
34. Современная модель эффективного бизнеса: монография/Н.Ю.Величко, Н.А. Гончарова, В.В.Заболоцкая и др./Под общ. ред. С.С.Чернова. -Книга 10. -Новосибирск: ООО «Агентство «СИБПРИНТ», 2012. -С. 94-107.
35. Суходоева Л.Ф., Мудрак А.А. Банковский и кредитный продукт как инновационный термин, фокусирующий клиентоориентированный подход к его экономическому содержанию // Креативная экономика. – 2011. – Том 5. – № 3. – С. 133-138
36. Экономика и менеджмент в современной России: коллективная монография /Величко Н.Ю., Беляева Е.В., Бассова Л.А., Глоян Р.Р./ под общей редакцией А.Ю. Яковлевой-Чернышевой. Сочи. 2014. - 114 с.
37. Экономика и управление в современной России: теории и практика коллективная монография /Величко Н.Ю., Беляева Е.В., Лященко Н.А., Тординава И.К., Бударь С.Ю., Глоян Р.Р., Федоров О.В., Филонова Э.А./ под общей редакцией А.Ю. Яковлевой-Чернышевой. Сочи. 2015. 140 с.
38. Экономика: мировой исторический опыт и современные проблемы монография. Книга 3/под ред. М.М. Скореева. -Ставрополь: Логос, 2014. -С.27-61
39. Эриашвили Н.Д. – Маркетинг: Учебник для вузов – 2012. – глава 18.2
40. Яковлева-Чернышева А.Ю. Управление предпринимательством в рекреационном кластере. Дис. ... д-ра экон наук / А.Ю. Яковлева-Чернышева. - СПб., 2012. - 252 с.
41. Яковлева-Чернышева А.Ю. Основные направления совершенствования кредитной системы Российской Федерации // Экономика и управление в современной России: теория и практика: коллективная монография. - Сочи: Международный инновационный университет. - С. 81-96.
42. Анализ развития российского рынка банковских продуктов и услуг в современных условиях. - <https://elibrary.ru/item.asp?id=26024718&>
43. Банки, на клиента — равняйся! - <http://expert.ru/siberia/2016/49/banki-na-klienta---ravnyajsi/>
44. Банковские кредитные продукты: основная классификация. - <http://www.nwsbrf.ru/credits-debits/293-bankovskie-kreditnye-produkty-osnovnaya-klassifikaciya.html>
45. Кредитные продукты современных российских банков. - <https://cyberleninka.ru/article/n/kreditnye-produkty-sovremennyh-rossijskih-bankov>
46. Оценка конкурентоспособности банковских продуктов на рынке корпоративного кредитования. - <http://naukarus.com/otsenka-konkurentosposobnosti-bankovskih-produktov-na-rynke-korporativnogo-kreditovaniya>
47. Современные методы продвижения ипотеки. - http://vesti.karelia.ru/news/sovremennye_metody_prodvizheniya_ipoteki/

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovyе-raboty/magisterskaya-rabota/20526>