

обучение, комплексной защите финансов физических лиц или финансовому обслуживанию корпораций. В подобные схемы предоставления комплексного финансового обслуживания населения или корпораций вовлечены практически все виды участников финансовых рынков.

В Республике Беларусь «пакетные» продажи должны быть одним из важнейших направлений развития сбыта страховых услуг, особенно в работе с физическими лицами.

*Рейнгольд В., БРИ (Рига)*

## **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РОСТ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ**

В сфере ипотечного кредитования маркетинг играет важную роль в разработке стратегии и тактики поведения банков и кредитных учреждений.

В Латвийской Республике более двух десятков банков и коммерческих структур, которые предоставляют кредит под залог недвижимости с учетом конкретной кредитной политики.

Термин «ипотечный кредит» не обуславливает определенной цели использования полученных средств, а только подразумевает наличие в качестве объекта залога определенной недвижимости. Однако в Латвии сложилась ситуация, когда условия предоставления кредита зависят от целей его использования, в связи с чем наиболее выгодные условия кредитования предлагаются, когда целью кредита является покупка, строительство или ремонт недвижимости.

Условия предоставления кредита различны и зависят от суммы кредита, процентных ставок, объекта залога, сроков выплаты, заработной платы клиента и т. п.

Если речь идет о кредите на сумму до 10 тысяч долларов США, то, как правило, банки рассматривают заявления клиентов в течение нескольких дней. В случае, когда необходима большая сумма, процесс может продлиться от одной до трех недель, и в определенной мере это зависит от того, насколько быстро клиент сможет предоставить необходимые документы.

Учитывая, что спрос на ипотечные кредиты растет очень быстро, банки внимательно отслеживают все новейшие тенденции в этой сфере. В связи с обострением конкуренции на рынке ипотечного кредитования маркетинговая политика банков направлена на введение все более выгодных условий для клиентов.

Хотя банки в своих маркетинговых материалах и предлагают по ипотечному кредитованию очень позитивные для клиентов предложения, получить такие льготные кредиты достаточно сложно, так как требования банков связаны с доходами клиентов, рыночной стоимостью объекта, кредитной историей клиента, страхованием недвижимости (а нередко и страхованием жизни получателя кредита).

Стремительный рост ипотечного кредитования, особенно для частных лиц, заставил Банк Латвии в марте 2004 года использовать монетарные инструменты с целью торможения роста потребительского спроса. Банк Латвии впервые за последние годы поднял ставку рефинансирования с 3% до 3,5%, что привело к удорожанию займов в латах и снижению темпов кредитования.

Чтобы не допустить перегрева экономики, было принято решение снизить кредитную активность.