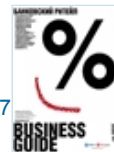


## Содружество кредиторов

Приложение к газете "Коммерсантъ" № 217(3793) от 26.11.2007



Последовательное развитие рынков банковских услуг в странах СНГ сопряжено с усилением внутренней конкуренции и проникновением на внутренние рынки банков с иностранным капиталом. В такой ситуации банки вынуждены искать новые рыночные ниши. Общая логика развития банковских систем СНГ определяет розничный сегмент рынка банковских услуг как наиболее перспективный.

### Информационный обмен

Банковский ритейл, в отличие от кредитования корпоративного сектора, меньше подвержен риску "одного клиента" и на стадии развития способен обеспечить банкам получение сверхприбылей, как, впрочем, любое новое направление бизнеса. Кроме того, для банков выход на рынок розничных услуг означает диверсификацию общей структуры операций, а значит, и снижение совокупных рисков банковского бизнеса даже при условии

сохранения общих показателей рентабельности.

Осознание большинством банков постсоветского пространства неизбежности развития ритейлового бизнеса заставляет их искать общие подходы в решении сопряженных проблем на основе обмена нарождающимся опытом. Именно об этом свидетельствует лавина банковских конференций, прокатившаяся за последние несколько месяцев по большинству стран СНГ, под общей тематикой банковского ритейла.

В конце лета в грузинском Батуми прошла конференция "Развитие розничного бизнеса в регионе"; затем состоялся V российский ежегодный форум "Розничные банковские услуги России"; в Минске провели конференцию "Решения отечественных производителей для рынка розничных банковских услуг"; в Ташкенте при содействии Ассоциации банков, Центрального банка, Банковско-финансовой академии Узбекистана и при поддержке Ассоциации региональных банков России и Международного координационного совета банковских ассоциаций стран СНГ, Центральной и Восточной Европы (Международного банковского совета) была проведена международная научно-практическая конференция "Развитие розничного банковского бизнеса".

Среди наиболее злободневных проблем, обсуждавшихся на проходивших встречах банковского сообщества СНГ, были проблемы управления рисками, внедрение адекватных норм банковского регулирования и надзора, коррективы общепанковского законодательства, перспективы конкретных банковских продуктов, а также особенности и тактика их продвижения в регионах.

Такой бурный процесс обмена опытом отражает интерес банкиров к данному сегменту рынка банковских услуг и гарантирует за счет эффекта синергии быстрый рост так необходимого опыта, а значит, и взрывной рост объемов операций, которого следует ожидать уже в 2008 году в большинстве стран СНГ.

Разумеется, рост опыта и знаний в области банковской розницы достигается не только за счет взаимного обмена, но и посредством адаптации и приведения к существующим отечественным реалиям опыта банковского ритейла развитых стран мира, чему дополнительно способствует появление на национальных рынках иностранных банков. На это также нужно время, что пока является сдерживающим фактором, но скоро опыт и квалификация перестанут быть главным конкурентным преимуществом, уступив по значимости таким факторам, как доля рынка, стоимость фондирования и уровень кредитных рейтингов.

### Спрос рождает предложение

То есть рост интереса банков СНГ к розничному бизнесу неизбежен. Впрочем, это не означает, что развитие данного направления бизнеса для банков легко и безоблачно, напротив, освоение розничного бизнеса как нового и неизведанного направления сопряжено с рядом проблем.

Выходя на новые рынки банковских услуг, банки сталкиваются с проблемой отсутствия достаточного опыта, что выражается и в рыцкой маркетинговой политике, и в недостаточно проработанной продуктовой линейке.

Зачастую кредитные продукты банков конкурируют не столько с продуктами других кредитных организаций, сколько с аналогичными кредитными продуктами того же банка, что вносит дополнительную сумятицу в головы потенциальных клиентов.

С другой стороны, стремительно меняющиеся социально-экономические условия стран СНГ существенно влияют на профиль спроса на банковские продукты со стороны населения, что не всегда находит адекватную реакцию со стороны коммерческих банков в виде коррекции условий и форм кредитования.

Исторически так сложилось, что для подавляющего большинства банков СНГ работа с населением не являлась приоритетным направлением деятельности. Это объяснялось целым рядом факторов.

Во-первых, банковский ритейл требует довольно больших затрат, особенно на фоне поддержания сопоставимого по объемам корпоративного бизнеса, поэтому на этапе становления коммерческие банки в первую очередь занимались работой с предприятиями.

Во-вторых, многие банки в силу недостаточно высоких кредитных рейтингов, что во многом объясняется размером их баланса, фактически не могли обеспечить себе достаточный объем рыночной клиентуры, работая преимущественно с предприятиями, аффилированными с собственными акционерами.

В-третьих, низкие доходы населения не способствовали созданию достаточного спроса на банковские продукты, параллельно генерируя чрезмерные риски розничного кредитования, что делало ритейл малопривлекательным для банков.

В последние годы ситуация стала меняться. Банки достаточно окрепли для того, чтобы начать получать кредитные рейтинги международных рейтинговых агентств; параллельно стали возникать институты страхования вкладов, что существенно повысило уровень доверия населения к коммерческим банкам.

С другой стороны, коммерческие банки фактически полностью исчерпали потенциал роста за счет развития операций с корпоративной клиентурой, которая оказалась уже полностью поделенной между существующими банками.

Более того, наметилась тенденция по переходу наиболее крупных национальных компаний на обслуживание в иностранные банки, что особенно стало выпукло именно в текущем 2007 году.

Поэтому для обеспечения собственного потенциала развития банки в странах СНГ были вынуждены начать работать с физическими лицами. Благо к этому времени рост благосостояния граждан смог достичь такого уровня, что сделал развитие банковской розницы действительно выгодным.

### **Завышенные риски**

Одним из наиболее значимых, в том числе и в социальном плане, розничных банковских продуктов являются ипотечные кредиты.

После обретения независимости страны СНГ пошли разными путями, что привело к различным показателям экономического развития. Вместе с тем проблема обеспечения жильем населения продолжает оставаться актуальной для всех стран СНГ. Причем решение данной проблемы может быть достигнуто за счет развития ипотечного кредитования и повышения доступности данного банковского продукта.

В тех странах СНГ (Россия, Казахстан), где ипотечное кредитование достигло наиболее больших объемов, результат был достигнут за счет соответствующих государственных программ поддержки, связанных с рефинансированием ипотечных кредитов.

Вместе с тем даже в таких продвинутых странах дальнейший рост объемов кредитования сопряжен с определенными трудностями, что ведет к замедлению темпов роста ипотечного кредитования. Вопреки росту объема ипотечных кредитов наблюдается динамика снижения процентных ставок по ним, хотя срок кредитования продолжает увеличиваться.

Основной проблемой, сдерживающей развитие ипотечного кредитования, например, в Казахстане, является то, что часть спроса на ипотеку с минимальными рисками уже была удовлетворена, а новые заемщики несут для банков завышенные риски.

В частности, это выражается в том, что все чаще за кредитами обращаются граждане с неподтвержденными доходами. Одновременно происходит рост цен на жилье, связанный с ростом цен на стройматериалы, что делает ипотеку менее доступной. Фактором, сдерживающим развитие ипотеки, является также недостаточная развитость индустрии стройматериалов.

Вследствие действия данных факторов степень развитости ипотечного рынка в Казахстане, России, на Украине и в других странах СНГ пока еще отстает от среднемирового уровня. Так, например, объем выданных ипотечных займов к ВВП Казахстана составляет примерно 10%, тогда как в развитых странах такой показатель доходит до 40-60%.

### **Внутренние угрозы**

Наблюдаемые в последние годы в банковских системах СНГ темпы роста розничных операций поистине впечатляют. Так, если в качестве простейшего индикатора розничного бизнеса взять суммарные остатки средств физических лиц на счетах до востребования, мы увидим в 2006 году полуторный рост.

Объем портфелей розничных кредитов в некоторых странах СНГ (Россия, Казахстан, Украина) ежегодно удваивается. По мере развития розничного рынка обостряется конкуренция среди банков, что в итоге ведет к тому, что конкуренция из ценовой плоскости все больше смещается в область качества и удобства пользования продуктами. Более успешными становятся те банки, которые располагают наиболее обширной сетью точек продаж, а также предлагающие клиентам удобные интернет-сервисы управления счетами.

Все больше внимания банки уделяют стратегии продвижения банковских продуктов, стремясь выделиться особым образом на общем фоне банковской системы, что зачастую подкрепляется особой репутацией и брэндом банка.

В то же время в большинстве стран СНГ развитие банковской розницы находится только на начальном этапе, что означает фактическое отсутствие горизонтов развития. В действительности в настоящее время большинство населения если и пользуется банковскими продуктами, то среди них львиную долю (90%) составляют простейшие продукты -- коммунальные платежи и денежные переводы, в то время как депозитами и тем более кредитами и банковскими картами пользуются не более 10-20% граждан.

Таким образом, парадокс ситуации в банковском сообществе СНГ состоит в том, что при объективной необходимости роста существуют серьезные факторы, этому препятствующие. И особенность практически всех банковских систем стран СНГ такова, что с новыми угрозами банкам не справиться без помощи государства.

А на фоне роста дефолтов в области потребительского кредитования особое внимание банкам следует уделить

вопросам обмена опытом и знаниями о своих клиентах, в том числе посредством института бюро кредитных историй.

Действуя сообща, банки получат все шансы переломить негативные внутренние и внешние тенденции и обеспечить высокие темпы развития рынка розничных банковских услуг. В противном случае потребительская задолженность может достичь неприемлемых уровней, что повредит стабильности финансовой системы и общему экономическому развитию стран СНГ.

Алексей Буздалин, главный эксперт "Интерфакс-ЦЭА", к. э. н.