



ВЛАДИСЛАВ ДОРОФЕЕВ,  
РУКОВОДИТЕЛЬ  
СПЕЦПРОЕКТОВ ИД «Б»

### ЛОГИКА ЗАЙМА

В собственности я имел всего три квартиры. Первую мне подарил государство за хорошую работу, вторую я купил, можно сказать, за наличный расчет. Последнюю, в которой сейчас живу с многодетной семьей, я приобрел в кредит, исправно выплачиваемый мною вот уже несколько лет. Ни разу при этом не задержав платежей, и даже порой ухитрялся периодически выплачивать банку сверх фиксированного месячного платежа. В своей кредитной истории самым трудным было решиться на открытие такой истории. Поиск трех поручителей, залог, оформление документов и справок, ожидание решения кредитного комитета, перспектива ежемесячной потери изрядной доли заработка.

Довольно быстро финансовая кабала превратилась из рутины в увлекательное соревнование с самим собой. Я научился жестче контролировать расходы, собственно, я даже занялся планированием этого самого семейного бюджета. Очень пригодились рабочие навыки, давно освоенные и проверенные в рамках профессиональных проектов. Финансовая вольница закончилась. Я стал организованнее, дисциплинированнее. То есть кредитная история оказалась благотворное воздействие на мою жизнь, с какой стороны не возьмешь.

Во-первых, я улучшил жилищные условия семьи, что позволило мне вскоре продолжить увеличение ее состава, во-вторых, осознал на примере себя самого, что жить в кредит, это нормально, в-третьих, я стал интенсивнее работать, чтобы увеличить заработную плату.

А готовя этот проект к выпуску, я осознал, что у моей кредитной истории есть еще одна позитивная сторона, которая оказывает позитивное влияние на всю банковскую систему.

Потому как только кредитование населения, то есть меня, обеспечивает гарантии надежности и перспективы, как отдельного взятого коммерческого банка, так и экономики в целом. Именно поэтому, для обеспечения собственного потенциала развития, банки в странах СНГ вынуждены работать все больше с людьми, а не только с корпоративными клиентами, зачастую аффилированными с владельцами самих банков.

Ровно об этом же свидетельствует ежегодный полуторный и даже в некоторых наиболее финансово продвинутых странах СНГ (Казахстан, Россия, Украина) двойной рост объемов кредитования физических лиц, то есть банковского ритейла.

# СОДРУЖЕСТВО КРЕДИТОРОВ

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКОВ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В СТРАНАХ СНГ СОПРЯЖЕНО С УСИЛЕНИЕМ КОНКУРЕНЦИИ И ПРОНИКНОВЕНИЕМ БАНКОВ С ИНОСТРАННЫМ КАПИТАЛОМ. БАНКИ ВЫНУЖДЕНЫ ИСКАТЬ НОВЫЕ РЫНОЧНЫЕ НИШИ. ОБЩАЯ ЛОГИКА РАЗВИТИЯ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ СНГ ОПРЕДЕЛЯЕТ РОЗНИЧНЫЙ СЕГМЕНТ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ КАК НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЙ. АЛЕКСЕЙ БУЗДАЛИН, ГЛАВНЫЙ ЭКСПЕРТ «ИНТЕРФАКС-ЦЭА», к. э. н.

**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 состоялась 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 общебанковского 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 рыхлой маркетинговой политике, и в недостаточно проработанной продуктовой линейке.

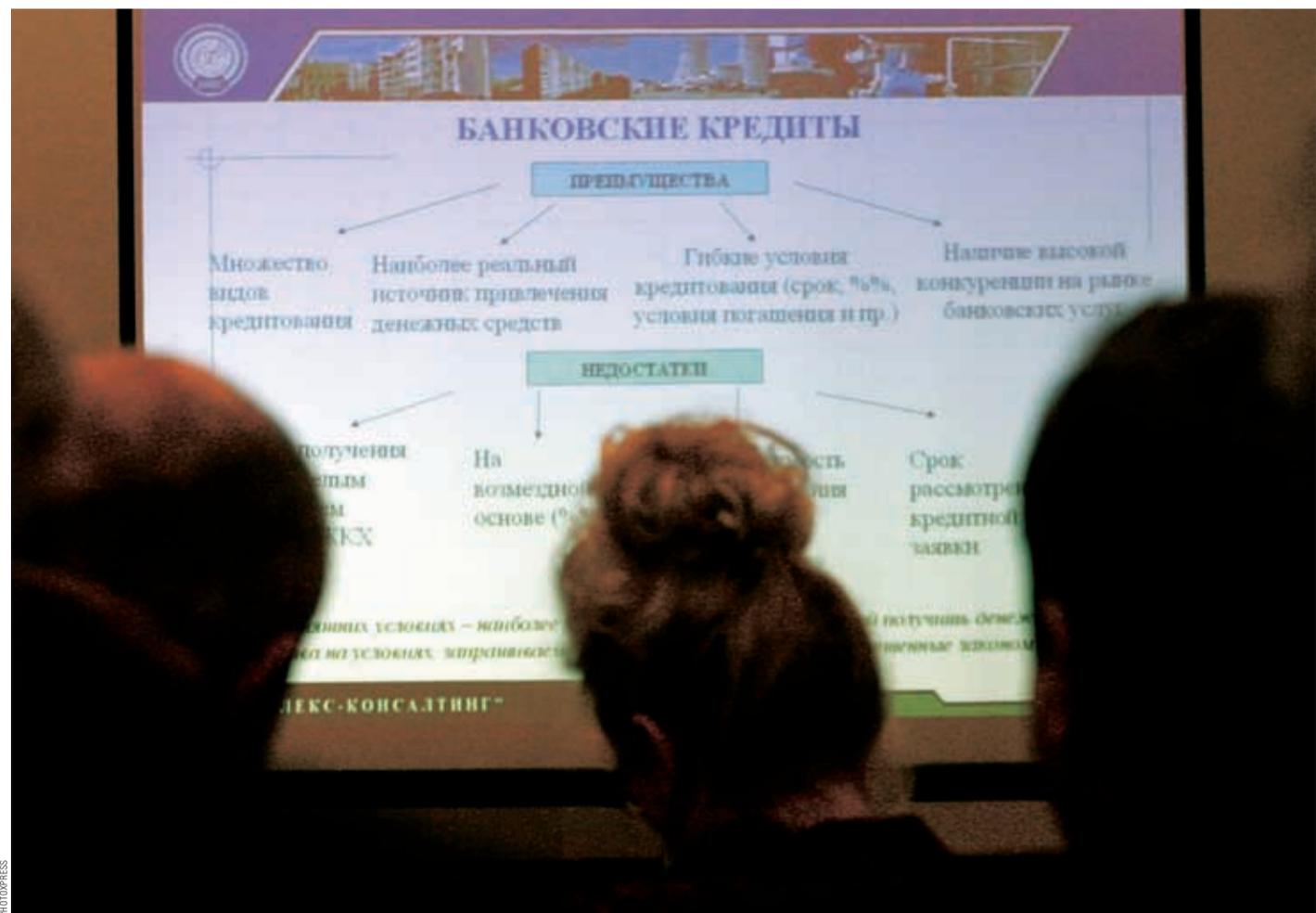
Зачастую кредитные продукты банков конкурируют не столько с продуктами других кредитных организаций, сколько с аналогичными кредитными продуктами того же банка, что вносит дополнительную сумятицу в головы потенциальных клиентов.

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 объяснялось размером их баланса, фактически не могли обеспечить себе



НА ВСЕМ ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ КРЕДИТЫ НАСЕЛЕНИЮ ОКАЗЫВАЮТСЯ НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ