

банк

Банки выходят в люди

статистика

Каждый уважающий себя банк сегодня старается предложить свои услуги населению. Но, как показало проведенное проектом iOpе исследование рынка банковской автоматизации, половина российских банков предпочитает работать с гражданами по старинке. Только 16% банков используют системы дистанционного обслуживания, еще 13,5% планируют их приобрести в этом году.

В погоне за «частником»

Около 80% из числа опрошенных банков (в исследовании приняли участие более 800 банков) занимаются теми или иными видами операций с физическими лицами. Наиболее популярные направления деятельности на рынке банковского ритейла — размещение депозитных вкладов (93%), кредитование населения (84,5%) и валютнообменные операции (82%) (см. рис. 1). Лишь 14% опрошенных банков не работают с физическими лицами и не планируют это делать в ближайшей перспективе. Еще 5% респондентов сообщили, что собираются выйти на рынок банковского ритейла до конца текущего года. Из них две трети намерены заняться кредитованием населения, размещением депозитов и обслуживанием пластиковых карт.

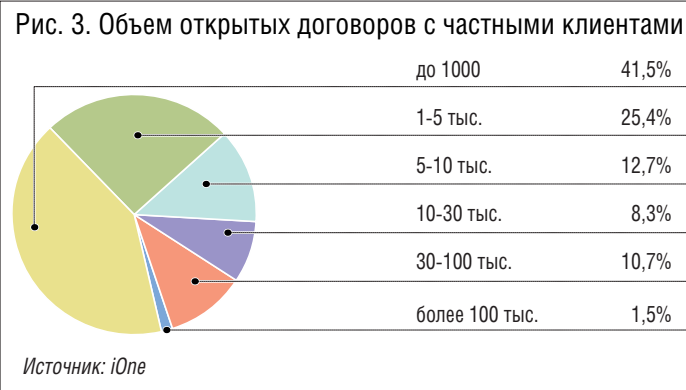
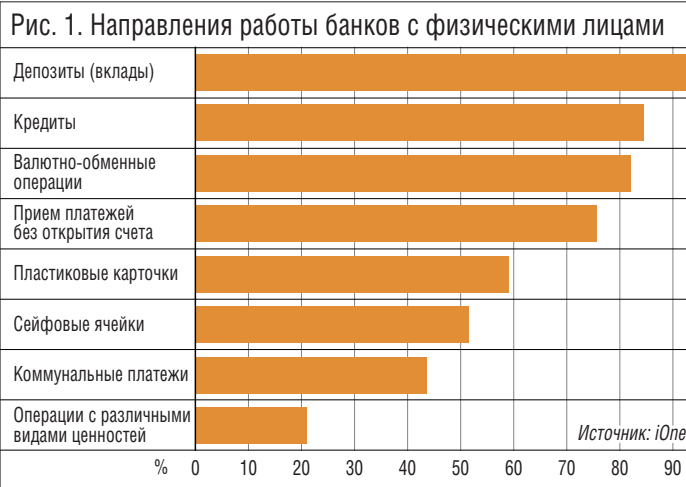
Настоящих ритейловских банков, сумевших привлечь большое число частных клиентов, в России совсем немного. Не более двух десятков банков имеют больше 100 тыс. клиентов-«частников». У большинства же (67%) банков объем открытых договоров с физическими лицами не превышает 5 тыс. (рис. 3). Вручную обслуживать тысячи, не говоря уж о десятках и сотнях тысяч клиентов, невозможно — работа на массовом рынке требует автоматизации бизнес-процессов и процедур. Поэтому динамику втягивания банков в ритейловский бизнес можно проследить по времени установки информационной системы, автоматизирующей операции с частными клиентами (рис. 2). Поступательный рост числа таких систем в банках в 1996–1998 годах был прерван августовским кризисом 1998 года, затем он вновь возобновился. Больше полови-

ны систем для работы с частными клиентами было установлено в банках в период с 2000 по 2004 (первая половина) год. Так что для большинства банков опыт ритейловского бизнеса составляет всего несколько лет.

Одно из самых популярных в последнее время направлений работы банков с физическими лицами — кредитование населения: 84,5% из числа банков, работающих с «частниками», занимаются этим видом деятельности. При этом наиболее популярный вид кредитов — потребительские (такие кредиты выдают 80% банков из числа практикующих кредитные операции с населением; треть банков выдает кредиты на покупку автомобилей — см. рис. 4). Кредитование населения — совсем молодой вид бизнеса для российских банков, можно сказать, что в этом разряде они новички. В нашем опросе не оказалось ни одного коммерческого банка, у которого объем открытых кредитных договоров с физическими лицами превышал бы 100 тыс. (в опрос намеренно не включались крупные госбанки, в частности Сбербанк). У подавляющего большинства банков (91%) этот показатель не превышает 5 тыс. (рис. 6). Больше половины систем автоматизации операций, связанных с кредитованием физических лиц, установлены в банках в период с 2000 по 2004 год (рис. 5). Правда, пик внедрения таких систем, пришедшийся на 1998 год, будет перекрыт только в этом году.

Соблюдай дистанцию

Несмотря на все выгоды дистанционного банковского обслуживания, граждане пока неохотно осваивают электронные каналы дистрибуции банковских продуктов и услуг.

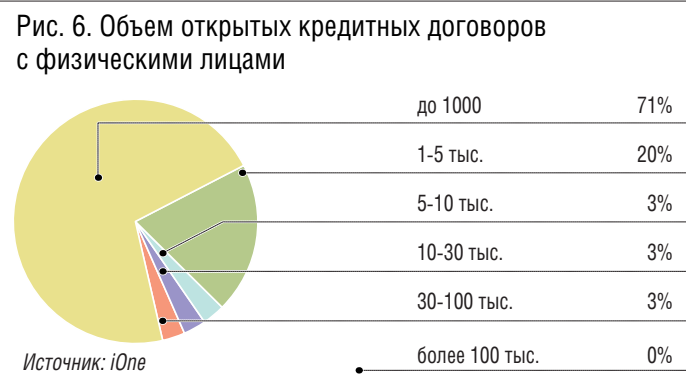
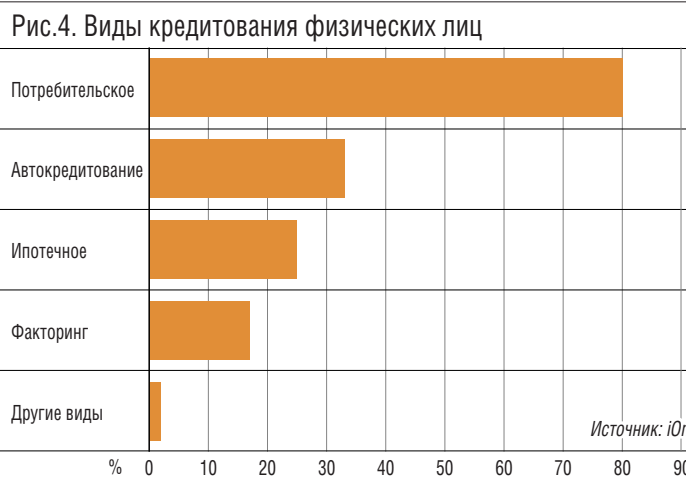


Для большинства привычнее и надежнее обсуждать свои финансовые дела с операционистами. Но банкам это невыгодно — электронные каналы гораздо дешевле, поэтому они стараются приучать массового клиента обслуживаться удаленно, будь это клиенты из корпоративного или потребительского сектора.

Лишь 6% из числа опрошенных банков не предоставляют своим корпоративным клиентам возможностей для удаленного обслуживания. Подавляющее большинство (90%) дистанционным обслуживанием уже занимаются и еще 4% планируют внедрить такие услуги в ближайшее время. Наиболее распространенная услуга такого типа — системы «банк-клиент», их имеют 95% банков из числа тех, которые занима-

ются удаленным обслуживанием. Довольно популярными оказались системы интернет-банкинга (29%), 13% банков используют системы «телефон-банк».

Активное внедрение систем интернет-банкинга началось с 2001 года — до этого отмечаются только единичные случаи установки и использования таких систем для работы с корпоративными клиентами (68% систем интернет-банкинга внедрены в период 2002–2004 годов — рис. 7). Масштаб этих систем невелик (чаще всего приобретается от 20 до 200 лицензий на систему), и средний суточный объем документооборота в них составляет десятки, реже сотни документов (57% — до 200 документов в день; см. рис. 8). Лишь несколько крупных бан-



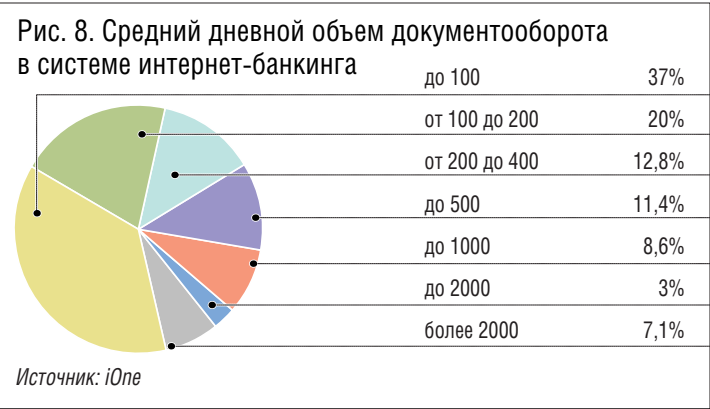
ков имеют неограниченные лицензии на систему интернет-банкинга и документооборот, превышающий 2 тыс. документов в день.

Системы телефонного банкинга получили распространение в последние три-четыре года (рис. 9). Судя по числу приобретаемых на систему лицензий, их используют в основном крупные банки. Как отметили 12,4% респондентов, в ближайший год они планируют приобрести или сменить систему телефонного банкинга для обслуживания корпоративных клиентов. Об аналогичных планах в отношении системы интернет-банкинга заявили 26,5% банков, 16,5% планируют замену системы «банк-клиент».

Что касается автоматизации удаленного обслужива-

ния частных клиентов, то 16% из числа опрошенных банков уже используют такие системы, 13,5% планируют их приобрести до конца года. Больше половины (53%) систем дис-

танционного обслуживания для «физиков» не имеют и пока заводить их не собираются (как уже говорилось, 14% банков вообще не работают с частными лицами).



танционного обслуживания для «физиков» не имеют и пока заводить их не собираются (как уже говорилось, 14% банков вообще не работают с частными лицами).

Из тех, кто уже эксплуатирует системы дистанционного обслуживания для «физиков» или планирует их приобрести, 30% используют системы интернет-банкинга (59% планируют); 15% — системы телефон-банкинга (12% планируют); 2,3% освоили системы SMS-банкинга (такие системы вызывают повышенный интерес — 8,8% банков планируют их внедрить у себя); 3,2% предлагают своим клиентам воспользоваться сервисами WAP-банкинга.

Впрочем, наиболее распространены — и востребованы — сервисом удаленного обслуживания остается информационный сервис. Трансакционные услуги по электронным каналам банки предлагают менее охотно (рис. 10).

ИГОРЬ ПИЧУГИН, iOpе

Кредиты по-скорому

скоринг

Освоение дистанционного обслуживания клиентов требует от банков быстрого принятия решений. Для этого предназначены скоринговые системы оценки рисков заемщика. Но полноценная статистическая база для работы скоринговых систем в России еще не собрана.

Российскому скорингу не хватает истории

Скоринг — одна из важнейших функций кредитного менеджмента банка. Система скоринга сводится к набору критериев, оценивающих вероятность возврата кредита потенциальным заемщиком в баллах. Этот механизм принят во всем мире и все больше вытесняет в России стандартную схему выдачи кредита — с проверкой «вручную» всех данных о заемщике, привлечением поручителей и т. д.

Банки либо покупают уже готовые решения у производителей скоринговых систем, либо пытаются создать собственный скоринг, исходя из своего опыта и интуиции, либо привлекают для разработки систем западных специалистов (как, например, банк «Русский стандарт»). Но полноценные скоринговые модели, основанные на большом объеме статистических данных и учитывающие как можно большее количество параметров, которые могли бы сравниться с западными аналогами, в России создать пока невозможно.

По мнению российских банкиров, чтобы разработать более или менее адекват-

ную скоринговую систему, банк должен обладать достаточно полной статистической информацией о кредитном портфеле. Однако пока такой информации из-за «юного возраста» потребительского кредитования в России накоплено очень мало. «Когда банки начинали кредитовать население, у них не было никаких статистических данных», — говорит вице-президент Пробизнесбанка Вадим Кулик. — Да и сейчас их накоплено немного». Банкам приходится использовать ту информацию, которая у них уже есть. Однако и на этих данных создание системы скоринга занимает не меньше года и требует вложений порядка \$300 тыс. «Банк должен разработать анкетную форму, начать выдавать кредиты», — перечисляет этапы пути Вадим Кулик. — После выдачи пятисот первых кредитов банк уже может начинать строить свою скоринговую модель на основе собранной анкетной информации о заемщиках и информации о проблемных кредитах». При этом, по мнению эксперта, после выдачи первой тысячи кредитов эту модель придется существенно скорректировать.

«Если человек платит по годовому кредиту первые десять платежей, то уже понятно, что он будет платить и дальше, а мошенник не станет платить с первого же месяца», — говорит директор департамента потребительского кредитования Гута-банка Галина Побединская. — Понятно, с каким клиентом ты имеешь дело, можно уже за первые полгода работы с ним. То есть после полугода уже можно разделить клиентов по группам:

те, которые платили и будут платить по кредиту, и те, которые уже больше никогда не заплатят».

Западные банки считают такой подход упрощенным. «На основе опыта Ситибанка в других странах можно сказать, что разработка серьезной скоринговой модели требует статистических данных по меньшей мере за два года», — утверждает директор по продажам розничного бизнеса Ситибанка Андрей Карякин. — Когда банки говорят, что после шести месяцев с заемщиком становится все ясно, это, скорее всего, означает, что они ориентированы на краткосрочные кредиты. Опыт нашего банка в разных странах показывает, что пик неплатежей приходится на второй год, точнее на 16–18-й месяц кредита. Данная закономерность работает практически в каждой стране».

«Обычно российские банки либо покупают какие-то базовые решения, но не адаптируют их к местному рынку, либо создают свой скоринг на пять-семь базовых критериев. А скоринговая модель требует гораздо большего количества сведений о заемщике», — отмечает эксперт из западного банка, пожелавший остаться неназванным. — Я не слышал об использовании серьезных статистических моделей в российских банках».

Региональные особенности скоринга

Готовое решение западного вендора требует определенной доработки и адаптации с учетом региональных социально-экономических особенностей. «Скорин-

говая модель не может считаться хорошей, если она не была адаптирована к местному рынку и не учитывает особенностей той страны, в которой она применяется», — считает Андрей Карякин. — Скоринг строится на информации о том, люди с какими сочетаниями факторов платят или не платят по кредитам, но сочетание факторов для каждой страны будет свое».

Для России прямая адаптация скоринговых карт оказывается делом весьма непростым. «У наших людей другая психология, поэтому при оценке кредитоспособности нужно учитывать другие параметры, нежели в западных странах», — утверждает заместитель директора департамента розничного бизнеса Банка Москвы Роман Воробьев. — Мы отработали по разработанной для нас модели скоринга больше года, а затем подкорректировали ее с учетом российской специфики».

Как отмечает заместитель генерального директора страховой компании РОС-НО Виктор Станкевич, в России имеет большое значение и региональный фактор. Так, в Москве наличие в семье заемщика трех и более детей считается одним из факторов риска. В Татарии же, наоборот, это признак успеха и достатка. Управляющий партнер компании «Кредитконсалтинг» Юрий Истомин также отмечает, что порой скоринговые модели трактуют одни и те же факторы по-разному: например, в одной модели наличие машины считается признаком достатка, в другой — источником дополнительных расходов.

Сколько в России невозвращенцев

Весьма противоречивый вопрос — процент невозврата кредитов в России. С одной стороны, многие банковские эксперты утверждают, что он ниже, чем в среднем по миру. Так, согласно внутренней статистике Пробизнесбанка, платежи по потребительским кредитам задерживают примерно 1% заемщиков. Ситибанк конкретных цифр не раскрывает, но, по словам Андрея Карякина, российские заемщики перестают платить по кредитам на порядок реже, чем заемщики из Восточной Европы. «Уровень просроченной задолженности населения у нас очень низок — менее 0,5%», — соглашается с коллегами Роман Воробьев. С другой стороны, Виктор Станкевич считает, что цифры должны быть существенно выше. По его мнению, даже разница в ставках по экспресс-кредитам, выдаваемым с использованием скоринга, и кредитам, рассматриваемым по старинке (30% и 15% соответственно), свидетельствует о том, что процент невозвратов составляет 6–7%. Президент Дельта-банка Александр Григорьев также считает, что уровень невозврата кредитов в России примерно соответствует мировому. Он выше, чем в Германии и Скандинавии, но адекватен США, Латинской Америке, Индии. По мнению Александра Григорьева, минимальная планка при самом жестком подходе не может быть ниже 5–6%. При этом отказывать приходится 30–35% соискателей. Если же требования более мягкие (отказ получают 20–25% соискателей), то на невозвраты придется порядка

10%. При планке отказов менее 10% невозвраты превысят 25%. И у всех банков в России, по мнению господина Григорьева, уровень потерь примерно одинаков для адекватных кредитных продуктов.

По мнению Виктора Станкевича, поскольку объем всех выданных в России потребительских кредитов пока не превышает 1% ВВП, можно сделать вывод, что и заемщики составляют примерно такую же долю населения. Соответственно, экстраполировать собранные банками данные на все население пока нельзя. Кроме того, с точки зрения господина Станкевича, пока банки работают с наиболее качественными заемщиками. С расширением охвата населения качество заемщиков будет падать, а уровень невозвратов расти. Так что роль скоринговых систем для банков неизбежно будет возрастать. «Один сотрудник банка с помощью скоринговой карты может обработать в день 30–40 заявок на кредитование. Сюда входят разъяснения условий клиенту, ввод его данных в компьютер и в случае положительного решения кредитного комитета оформление документов на кредит», — рассказывает Роман Воробьев. — Если бы весь процесс обработки заявки шел вручную, то на каждую операцию требовалось бы по отдельному человеку, не принимая в расчет работу кредитного комитета. А тут система сама принимает решения, что дает банку большую экономию на зарплате сотрудников. В особенности это касается банков с развитой филиальной сетью».

ДАНИИЛ ЖЕЛОВАНОВ,
ИРИНА КУЗЬМЕНКО



СУДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ БАНК

www.sbank.ru

+7 095 777-1881 +7 812 117-2824