

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 малопригодным 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 (см. таблицы на стр. 28, 30, 35, подготовленные специально для ВГ «Интерфакс-ЦЭА»). 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

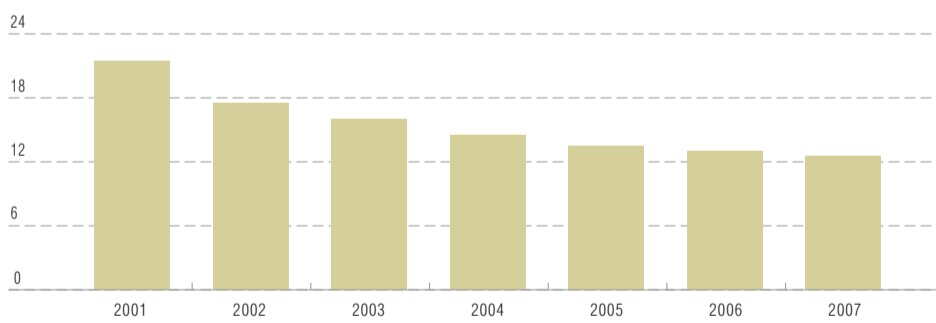


ВСЕ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ БАНКИ СНГ УДЕЛЯЮТ ПРОДВИЖЕНИЮ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ, СТРЕМЯСЬ ВЫДЕЛИТЬСЯ ОСОБЫМ ОБРАЗОМ НА ОБЩЕМ ФОНЕ

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.



ся. 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 предлагают 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 получают 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. ■

	КОЛИЧЕСТВО БАНКОВ			АКТИВЫ (\$ МЛН)			КАПИТАЛ (\$ МЛН)			ТЕМПЫ РОСТА				ПРИХОДИТСЯ В СРЕДНЕМ НА ОДИН БАНК (\$ МЛН)						ДОЛЯ КАПИТАЛА В АКТИВАХ (%)		
	2005	2006	01.07.2007	2005	2006	01.07.2007	2005	2006	01.07.2007	ЗА ГОД		ЗА ПОЛГОДА		АКТИВОВ			КАПИТАЛА			2005	2006	01.07.2007
										АКТИВОВ	КАПИТАЛА	АКТИВОВ	КАПИТАЛА	2005	2006	01.07.2007	2005	2006	01.07.2007			
РОССИЯ	1205	1143	1120	339 100	533 400	666 300	43 100	64 300	90 400	57,3	49,2	24,9	40,6	281,4	466,7	594,9	35,8	56,3	80,7	12,7	12,1	13,6
КАЗАХСТАН	34	33	33	33 800	69 900	91 800	4400	9200	12 500	106,8	109,1	31,3	35,9	994,1	2118,2	2781,8	129,4	278,8	378,8	13,0	13,2	13,6
УКРАИНА	186	170	173	42 400	67 400	87 100	5000	8400	10 000	59,0	68,0	29,2	19,0	228,0	396,5	503,5	26,9	49,4	57,8	11,8	12,5	11,5
БЕЛАРУСЬ	30	28	27	9937	13 575	15 909	1870	2407	2521	36,6	28,7	17,2	4,7	331,2	484,8	589,2	62,3	86,0	93,4	18,8	17,7	15,8
УЗБЕКИСТАН	29	28	28	4772	5812	5929	789	863	964	21,8	9,4	2,0	11,7	164,6	207,6	211,7	27,2	30,8	34,4	16,5	14,8	16,3
АЗЕРБАЙДЖАН	44	44	44	2452	3858	5796	423	613	966	57,4	44,9	50,2	57,7	55,7	87,7	131,7	9,6	13,9	22,0	17,2	15,9	16,7
МОЛДОВА	16	15	15	1431	1765	2188	239	295	354	23,3	23,2	23,9	20,1	89,4	117,7	145,8	15,0	19,6	23,6	16,7	16,7	16,2
ГРУЗИЯ	19	17	18	1422	2467	3354	268	524	625	73,6	96,0	35,9	19,2	74,8	145,1	186,3	14,1	30,8	34,7	18,8	21,2	18,6
АРМЕНИЯ	21	21	21	979	1443	1790	211	312	394	47,4	48,3	24,1	26,2	46,6	68,7	85,3	10,0	14,9	18,8	21,5	21,6	22,0
КЫРГЫЗСТАН	19	21	21	530	743	953	84	134	177	40,1	60,0	28,3	31,9	27,9	35,4	45,4	4,4	6,4	8,4	15,8	18,0	18,6
ИТОГО ПО СТРАНАМ СНГ	1603,0	1589,0	1500,0	436 822,2	700 363,7	881 118,7	56 383,0	87 048,1	118 901,3	60,3	54,4	25,8	38,6	272,5	440,8	587,4	35,2	54,8	79,3	12,9	12,4	13,5

ТАБЛИЦА СОСТАВЛЕНА «ИНТЕРФАКС-ЦЭА», ПО ДАННЫМ НА 1 ИЮЛЯ 2007 ГОДА.