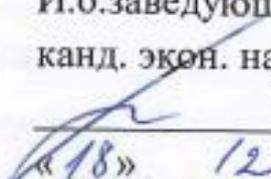


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра финансов, денежного обращения и кредита

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

И.о.заведующего кафедрой
канд. экон. наук, доцент

 Е.С. Корчемкина

«18» 12 2017г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И
ПРОБЛЕМЫ**

38.04.08 Финансы и кредит

Магистерская программа «Финансовые рынки: институты, инструменты,
технологии»

Выполнил работу
студент 3 курса
заочной формы обучения



Власова
Мария
Евгеньевна

Научный руководитель
д-р.экон.наук, профессор



Толстолесова
Людмила
Анатольевна

Рецензент
Экономист-аналитик
ООО «Спектр-интерьер»,
к.э.н., доцент



Данильченко
Марина
Анатольевна

г. Тюмень, 2017

Работа выполнена на кафедре финансов, денежного обращения и кредита
Финансово-экономического института ТюмГУ
по направлению «Финансы и кредит»,
магистерская программа «Финансовые рынки: институты, инструменты,
технологии»

Защита в ГЭК
протокол от _____ № _____
оценка _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ.....	7
1.1. Рынок потребительского кредитования: понятие, сущность, функции.....	7
1.2. Развитие зарубежных рынков потребительского кредитования...	16
1.3. Инфраструктура, участники и операции рынка потребительского кредитования.....	20
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ.....	32
2.1. Зарубежный и российский рынок потребительского кредитования: сравнительный анализ.....	32
2.2. Анализ состояния банковского сегмента рынка потребительского кредитования.....	42
2.3. Анализ состояния и развития сегмента небанковского кредитования.....	51
2.4. Оценка рисков потребительского кредитования.....	57
ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ РОССИИ.....	62
3.1. Основные проблемы и направления развития российского рынка потребительского кредитования.....	62
3.2. Обоснование внедрения эконометрической модели прогнозирования объемов потребительского кредитования и ее влияние на дальнейшее развитие рынка.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	81
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	84
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	90

ВВЕДЕНИЕ

В условиях перехода к рыночной экономике в России существенно изменились состав и структура денежных доходов населения. В частности, увеличился временной интервал, необходимый для накопления определенной суммы сбережений, достаточной для приобретения населением товаров и услуг. В связи с этим, возросла роль развития рынка потребительского кредитования, призванного устранить временной разрыв между потребностью в получении товаров или услуг и возможностью их оплаты. Рынок потребительского кредитования – сегмент финансового рынка, в который входят выдача банками потребительских кредитов, экспресс-кредитование, а также POS-кредитование в торговых точках.

Тематике рынка потребительского кредитования и её участников, посвящены работы таких отечественных и зарубежных учёных как Г.Н. Белоглазова, Д.З. Вагапова, Э.Дж. Долан, О.В. Мотовилов, Е.Б. Ширинская. Тема анализа развития тенденций и проблем на рынке не теряет своей актуальности, с развитием экономики. Из множества работ на данную тему в работе над магистерской диссертацией использовались труды И.В. Ващекина, Р.С. Ковтуна, О.И. Лаврушина О.И., Е.О Литвинова.

В связи с развитием данного направления в работе участников финансового рынка, появились и проблемы потребительского кредитования. Деятельность участников в сфере потребительского кредитования осложнялась тем фактом, что не было четко работающей и отрегулированной системы контроля потребительской кредитной истории, которая с успехом работает в большинстве стран Запада. Именно этот факт приводил к финансовым рискам и становился преградой на пути развития направления потребительского кредитования. Все это подтверждает актуальность и значимость темы исследования.

Целью магистерской диссертации является анализ функционирования и выявление основных проблем и тенденций развития рынка потребительского

кредитования.

В связи с поставленной целью, были определены следующие задачи:

- исследовать понятие рынка потребительского кредитования, его сущность и функции;
- рассмотреть становление и развитие рынка потребительского кредитования в России и зарубежных странах;
- выявить круг участников рынка потребительского кредитования и их функции;
- оценить современное состояние рынка потребительского кредитования;
- проанализировать эффективность функционирования рынка потребительского кредитования;
- выделить основные тенденции и проблемы на рынке потребительского кредитования.

Объектом исследования является рынок потребительского кредитования.

Предмет исследования – экономические отношения, связанные с функционированием рынка потребительского кредитования.

Элементами научной новизны исследования являются следующие положения:

- уточнено понятие «рынок потребительского кредитования»;
- выделен методический инструментарий, позволяющий проводить оценку воздействия различных факторов на процесс потребительского кредитования, а также возможность осуществления прогноза на следующие периоды. С помощью внедрения эконометрической модели прогнозирования объемов потребительского кредитования населения, на примере ПАО «Сбербанк» был предложен алгоритм конкретных действий.

Теоретическая значимость работы представлена анализом понятия рынка потребительского кредитования, предложенных исследователями данной области, а также его участников и основных функций. Практическая

значимость заключается в том, что алгоритм действий построения прогнозирования объёмов потребительского кредитования, может быть использован для многовариантных моделей развития управления, а именно прогнозирования объёмов потребительского кредитования, и, как следствие – оптимизации кредитной политики банка.

Методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных учёных в области экономики, финансов, кредита, банковского дела; нормативно-правовые акты; статистические данные. Методами исследования выступили широко используемые современной наукой, а именно: теоретический анализ литературы, монографий, научных статей; сравнительный анализ; прогнозирование на основе эконометрической модели.

Магистерская диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

1.1. Рынок потребительского кредитования: понятие, сущность, функции

Рынок потребительского кредитования, ориентирован на удовлетворение потребительских нужд населения, является неотъемлемой частью кредитного рынка. Субъектами потребительского кредитования выступают физические лица – заемщики, и финансово-кредитные учреждения – кредиторы. Специфика кредитных отношений на рынке финансовых услуг РФ заключается в том, что его субъекты, обладающие характерными чертами, выступают кредиторами и заемщиками (рисунок 1.1).

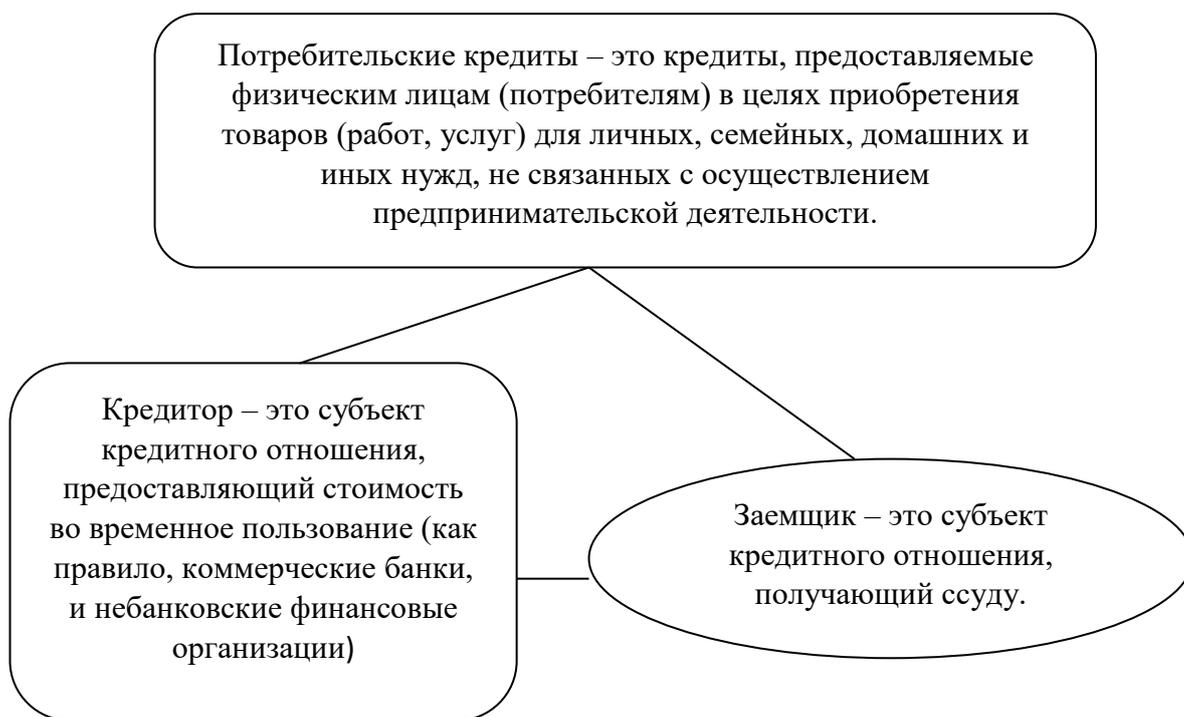


Рисунок 1.1 - Специфика кредитных отношений на рынке финансовых услуг

Источник: составлено автором на основе [17, с. 40-41]

Система потребительского кредитования представляет собой совокупность экономических отношений, возникающих по поводу предоставления кредита домашним хозяйствам. Данные экономические

отношения проявляют себя как совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов, на единой организационно - функциональной основе реализующих основную цель кредитования домашних хозяйств - финансирование расходов населения, направленных на удовлетворение потребительских и инвестиционных целей.

Система кредитования домашних хозяйств включает в себя несколько блоков, в их числе: фундаментальный блок, функциональный блок (организационно-экономическая основа) и регулирующий блок (рисунок 1.2).

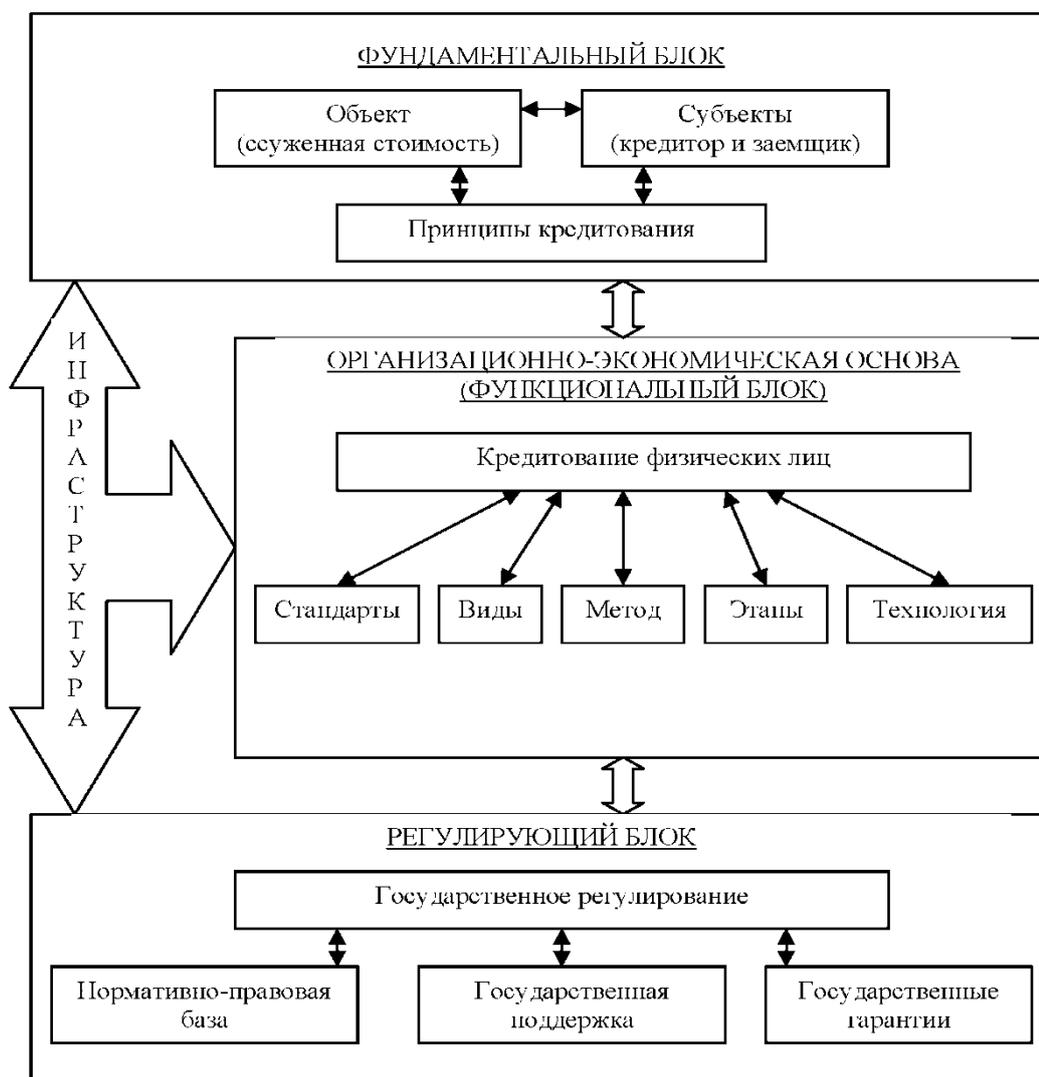


Рисунок 1.2 – Система кредитования домашних хозяйств

Источник: составлено автором на основе [4, с. 80-83]

Одним из важнейших и неотъемлемых элементов системы кредитования домашних хозяйств является совокупность видов выдаваемых населению кредитов, т.е. организационно-экономический блок.

В настоящее время не определена общепризнанная классификация кредитов, выдаваемых домашним хозяйствам, этот вопрос по –прежнему остается дискуссионным. В этой связи различаются и подходы разных авторов как к видам предоставляемых кредитов, так и к самим классификационным признакам. Сбербанк России, например, своим внутренним документом самостоятельно определил классификацию видов кредита для домашних хозяйств:

- кредиты на приобретение, строительство и реконструкцию объектов недвижимости (далее - кредиты на приобретение объектов недвижимости);

- кредиты на неотложные нужды (приобретение транспортных средств, гаражей, дорогостоящих предметов домашнего обихода, хозяйственное обзаведение, платные медицинские услуги, приобретение туристических и санаторных путевок и другие цели потребительского характера).

В зарубежной практике сложились несколько иные подходы к выделению видов кредита, исходя из критериев, лежащих в основе их классификации.

К примеру в США, принято классифицировать кредиты по следующим признакам: целевое назначение, способ погашения, вид кредитора, тип ссужаемой стоимости. Отдельным видом кредита населению признается кредитование по банковским картам. Интересно, что по целевому значению, выделяют именно кредиты под залог недвижимости, и кредиты отличные от кредитов под залог недвижимости, то есть в принципе не выделяется обобщенная классификация залоговых кредитов, а кредит под залог недвижимости, на краткосрочное строительство и долгосрочные и жильё, и улучшение жилищных условия и есть составные целевой классификации кредитов, а зависимости от цели. По типам ссужаемой задолженности выделяют: финансовый кредит и товарный кредит.

Схематично западную классификацию кредитов, предоставляемых населению, можно интерпретировать в следующем виде, представленном на рисунках 1.3 и 1.4.

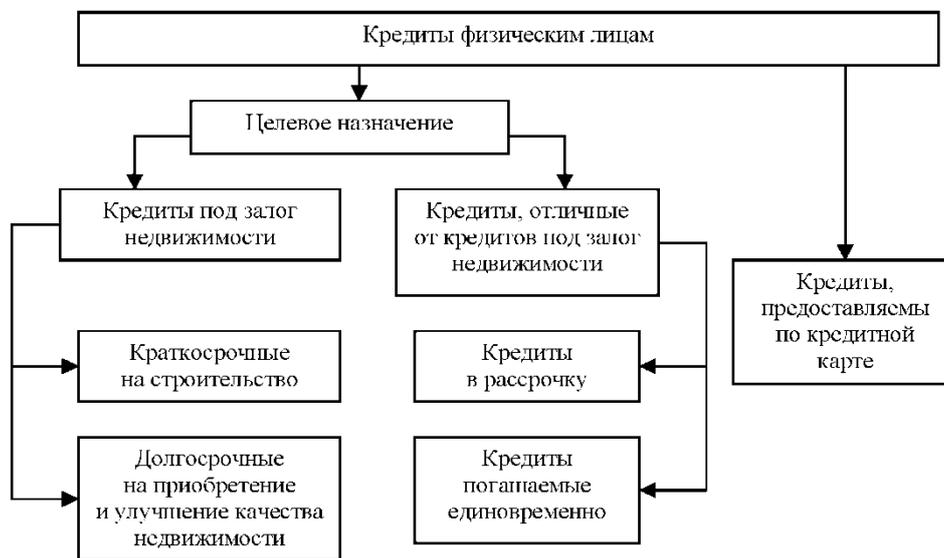


Рисунок 1.3 - Зарубежная классификация кредитов, предоставляемых населению, по целевому назначению

Источник: составлено автором на основе [23, с. 45-50]

Зарубежная классификация представляется достаточно схематичной, делающей акцент скорее на техническую сторону процесса кредитования домашних хозяйств и не учитывает инвестиционных черт кредита населению.

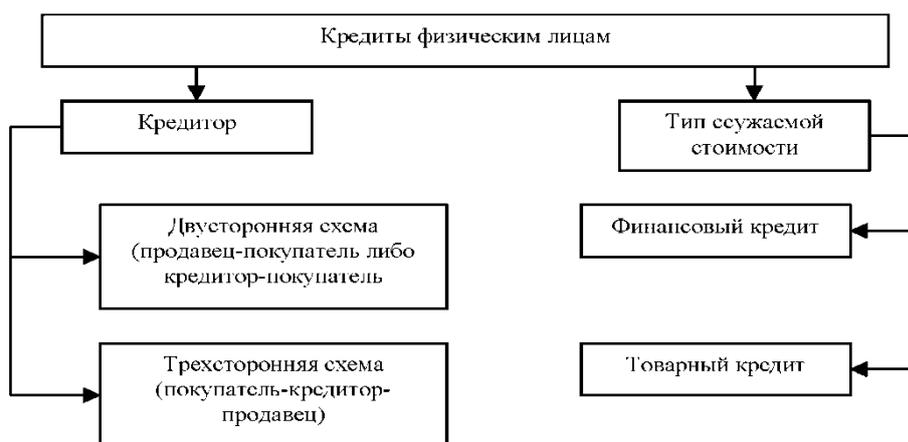


Рисунок 1.4 - Зарубежная классификация кредитов населению по типу кредитора и ссужаемой стоимости

Источник: составлено автором на основе [23, с. 47-53]

Целевое назначение, определяемое направленностью финансирования различных аспектов жизнеобеспечения человека, предлагает положить в основу классификации Е. О. Литвинов. Он выделяет инвестиционную и потребительскую формы кредита, отождествляет понятия «розничный кредит» и «кредит физическим лицам» (таблица 1.1).

Таблица 1.1

Классификация розничных кредитов

Вид кредита	Цель кредита	Направление применения кредита
Инвестиционный	Формирование и развитие человеческого капитала заемщика	Образование, повышение квалификации, улучшение жилищных условий, охрана здоровья и т. д.
Потребительский	Финансирование непроизводительного конечного потребления товаров и услуг	Покупка дорогостоящей техники, средств транспорта, туризм и т.д.
Комбинированный	Финансирование, как текущего удовлетворения потребностей, так и человеческого капитала заемщика	Кредит на неотложные нужды, кредитные карты

Источник: составлено автором на основе [7, с 24]

Детальную классификацию потребительского кредита приводит в своем исследовании Р. С. Ковтун, обобщая научные взгляды российских экономистов (таблица 1.2).

Выделяя признаки классификации потребительского кредита, Р.С. Ковтун соотносит с каждым классификационным признаком определённый вид кредита – в зависимости от вида заёмщика, целевой направленности, срока кредитования, обеспеченности, метода погашения, метода взимания процента, порядка предоставления кредита и его технологии, характера оборота средств, уровня кредитного риска и вида объекта потребления. Однако, выделенные им «характер оборота средств» и «технология предоставления» являются, по сути, одним классификационным признаком, характеризующим организационное свойство конкретного вида предоставления кредита.

По мнению профессора О. И. Лаврушина, совокупность свойств, характерных для той или иной конкретной кредитной сделки в экономическом или организационном отношении проявляется в видах кредита, используемого

для классификации последнего. Кредитный же риск оценивается до момента принятия решения о выдаче кредита конкретному физическому лицу и, как правило, высокорисковые и среднерисковые кредиты вообще не выдаются. [18, с. 75-80]

Таблица 1.2

Классификация потребительских кредитов

Признак классификации	Виды потребительского кредита
Вид заемщика	- все слои населения; - социальные, возрастные, прочие группы; - прочие заемщики (VIP-клиенты и т.д.)
Целевая направленность	- целевые; - нецелевые
Срок кредитования	- краткосрочные; - среднесрочные; - долгосрочные
Обеспеченность	- необеспеченные; - обеспеченные
Метод погашения	- погашаемые единовременно; - с рассрочкой платежа
Метод взимания процента	- удержание в момент предоставления кредита; - уплата в момент погашения кредита; - уплата равными взносами на протяжении всего срока пользования кредитом
Порядок предоставления	- безналичный; - наличный
Характер оборота средств	- разовые; - возобновляемые
Технология предоставления	- единовременно; - кредитная линия
Уровень кредитного риска	- низкорисковый; - среднерисковый; - высокорисковый
Вид объекта потребления	- потребление материальных ценностей; - выполнение работ; - оказание услуг

Источник: составлено автором на основе [4, с. 65-67]

При кредитовании строительства (реконструкции) или приобретения жилья банком могут предоставляться три вида жилищных кредитов:

- краткосрочный или долгосрочный кредит, предоставляемый на приобретение и обустройство земли под предстоящее жилищное строительство (земельный кредит);
- краткосрочный кредит на строительство (реконструкцию) жилья,

для финансирования строительных работ (строительный кредит);

– долгосрочный кредит, предоставляемый для приобретения жилья (кредит на приобретение жилья).

Причины отсутствия единой системы классификационных признаков кредитования населения следует искать в недооценке понимания того, что существование различных видов кредита обусловлено специфическими особенностями действия базовых принципов кредитования в конкретных экономических, организационных и технологических условиях.

Анализируя систему рынка потребительского кредитования, а также классификации, предложенные авторами, считаем целесообразным предложить следующее определение рынка потребительского кредитования - это совокупность экономических отношений, возникающих между кредиторами (банками и небанковскими институтами) и заемщиками – физическими лицами, использующими кредитные ресурсы для удовлетворения нужд личного потребления.

Следует отметить, что эффективность рыночных механизмов в сфере потребительского кредитования остается низкой. Если обратиться к понятию свободного ценообразования, то при условии эффективного рынка оно должно выполнять контрольно-регулирующую функцию и обеспечивать фактическое, а не формальное равенство сторон – участников кредитной сделки.

В настоящее время, регулирование рынка потребительского кредитования в России, осуществляется следующими нормативно-правовыми актами: Конституция РФ (п. «ж» ст. 71), Гражданский кодекс РФ (ч. 2, параграф 2, гл. 42, ст. 819-821), федеральный закон РФ от 2 декабря 1990 г. №395-1 «О банках и банковской деятельности» ст. 5 (ред. от 29.12.2014 г., с изм. и доп., вступ. В силу с 01.03.2015 г.)- ст. 5, федеральный закон РФ от 20 декабря 2004 г. №218-ФЗ «О кредитных историях» (п. 2 ст.1), федеральный закон РФ от 21 декабря 2013 г. №353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», заков РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей».

На практике потребители кредитных услуг часто остаются лишенными реальной информации (что тоже является необходимым условием рынка). Так, например, процентная ставка по потребительским кредитам часто включает дополнительные скрытые комиссии, страхование, следовательно, годовая эффективная ставка процентов по потребительским кредитам некоторых банков будет выше официально заявленной [22]. Поэтому для повышения эффективности современного механизма функционирования рынка потребительского кредитования необходимо уделять больше внимания развитию его инфраструктуры.

Функциями рынка потребительского кредитования являются:

- содействие участникам рыночных отношений в реализации их интересов;
- ускорение оперативности и эффективности работы рыночных субъектов;
- организационное оформление рыночных отношений;
- обеспечение форм юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики [2, с. 136].

На рынке финансовых услуг физическими лицами постоянным спросом пользуются кредитные ресурсы потребительского назначения. Соответственно, конкретная форма кредитного продукта определяется продавцами – субъектами рынка потребительского кредитования. Так, сейчас на рынке существует достаточно широкая линейка продуктов для потребительского кредитования физических лиц: кредитные карты, кредитный лимит на дебетовую карту, экспресс-кредитование в торговых точках, наличные беззалоговые кредиты, автокредиты, ломбардное кредитование и др. При этом предоставлять их могут как банки, так и небанковские финансово-кредитные учреждения.

Исторически сложилось, что банки в России традиционно доминируют в сегменте потребительского кредитования. С одной стороны, это объясняется существованием системы надзора и контроля за банковской деятельностью и более широкой сетью банковских филиалов и отделений в территориальном

аспекте. С другой стороны, банки имеют большую ресурсную базу, а также рекламные возможности для привлечения клиентов. Несмотря на это на рынке присутствуют и другие кредиторы по предоставлению потребительских займов: кредитные союзы, ломбарды, финансовые и иные компании, что подтверждает наличие спроса на такие кредиты.

Результаты исследования показывают, что главным побудительным мотивом, формирующим потребность в потребительском кредите, является потребность в предметах потребления, которая вызвана временной нехваткой текущих доходов или сбережений [6, с. 69]. Так, в докризисный период имело место динамичное увеличение спроса на потребительское кредитование, а основными факторами такого роста были: длительная политическая и экономическая стабильность в России; усиление позиций национальной валюты; рост реальных доходов населения; положительные потребительские ожидания; насыщение товарных рынков; стимулирование спроса на кредитные услуги займодателями. Можно предположить, что в кризисный период спрос на кредитные продукты потребительского назначения снижался со стороны потенциальных потребителей, однако и сами кредиторы достаточно осторожно относились к кредитованию физических лиц, поскольку через собственную политику наращивания активов имеют сейчас в кредитных портфелях высокую долю проблемных потребительских кредитов.

Несмотря на последствия кризиса, спрос на кредитные средства потребительского назначения продолжает расти, что можно объяснить рядом причин. Во-первых, некоторый рост доходов повышает доступность товаров длительного пользования. Во-вторых, детальный анализ предложения товаров длительного пользования показывает рост цен из-за постоянного обновления ассортимента и предложения более новых и качественных товаров. В-третьих, экономика России уже не первый год находится в зоне падения с постепенным уменьшением количества занятости населения. Рост спроса на кредитные услуги среди физических лиц происходит вследствие уменьшения текущих доходов, а так же рост индекс потребительских цен, а, следовательно,

покупка в кредит чаще всего является необходимостью для населения, которое просто не может обойтись при приобретении товара без заёмных средств, именно эти нужды и призван удовлетворить рынок потребительского кредитования.

1.2. Развитие зарубежных рынков потребительского кредитования

Рынок потребительского кредитования развитых стран можно представить, как сложившуюся в стране совокупность кредитных, финансовых и инфраструктурных организаций, который базируется на специальных правовых нормах и законодательных актах, регулирующих их деятельность и устанавливающих порядок взаимоотношений по поводу выдачи ссуд физическим лицам и их погашения.

Система потребительского кредитования населения в развитых странах в целом представляет собой совокупность экономических отношений по поводу выдачи ссуд физическим лицам и их погашения, а также государственного регулирования. Эта система состоит из двух структурных подсистем - организационно-технологического обеспечения кредитного процесса и функционального механизма управления кредитом. Каждая подсистема содержит определенные элементы. В общем виде система потребительского кредитования представлена в таблице 1.3.

Таблица 1.3

Структурные элементы рынка потребительского кредитования в развитых странах

Государственное регулирование потребительского кредита			
Организационно-технологическое обеспечение кредитного процесса		Функциональный механизм управления кредитом	
Субъекты кредитования	Потребительская инфраструктура кредитования	Виды кредитования	Объекты кредитования
Банка Кредитные союзы	Бюро кредитных историй Оценочные компании	Целевые Нецелевые	Образование Автомобили

Ломбарды Финансовые компании Фонды коллективного инвестирования Производственные и торговые компании	Коллекторские агентства Страховые компании Поставщики программных продуктов Скоринговые агентства Кредитные брокеры Потребительские кредитно-консультационные Центра обслуживания населения		Медицина Туризм Товары Прочие
--	--	--	--

Источник: составлено автором на основе [16, с. 136]

Наибольшего развития потребительское кредитование за рубежом приобрело в 20-е годы XX века в США, Канаде, Англии и Австралии, а с середины 50-х годов в ФРГ, Франции, Италии и других европейских странах, а чуть позже в Японии под влиянием усиления разрыва между возрастающими возможностями производства и ограниченными рамками платежеспособного спроса населения [23, с. 77].

На сегодня самый высокий уровень объемов потребительского кредитования зафиксирован в странах Азии, на втором месте – страны Европы, на третьем – Латинской Америки.

Отметим, что в развитых странах потребительское кредитование приносит банкам львиную долю доходов, ведь почти все крупные покупки совершаются в кредит. В Европе количество людей, пользующихся потребительскими кредитами, в 50 раз превышает российские показатели, а в США – в 75 раз. Для того чтобы определить ситуацию, которая сложилась на рынке потребительского кредитования в зарубежных государствах, рассмотрим основные условия кредитования ими населения.

Решающую роль в этом вопросе играет цена кредита. Если взять, например, кредит на покупку автомобиля в Великобритании, то цена его составляет 2-3 % в год, тогда как в России – до 35-50 % годовых [6]. Относительно ситуации в США, можно отметить, что около 90 % новых автомобилей покупается в кредит, при этом, как правило, кредитует покупателя сам изготовитель.

Типичные сроки кредитования – 2, 3 или 4 года с ежемесячной выплатой от 300 до 600 долл. Размер первого взноса зависит от стоимости автомобиля и составляет 5-10 %. В Великобритании стоимость таких кредитов не превышает 5-6 % годовых. Кредит на покупку автомобиля оформляют, как правило, на 3 года. При этом цена автомобиля увеличивается примерно на 8-10 %.

Французы за кредит на покупку автомобиля платят 7-8 % в год, на покупку бытовой техники – около 10 %. Потребительские кредиты в Германии стоят от 9 до 12 % годовых (при условии, что кредит выдается на 3 года). Если клиент банка имеет весомый первый взнос, то он сможет получить кредит под 5-6 % годовых [25, с. 100 - 103].

Согласно данным издания «Consumer affairs: European Parliament to vote on Consumer Credit Directive», в таблице 1.4 приведены средние процентные ставки по потребительским кредитам в странах Евросоюза, применявшиеся в 2013 году.

Итак, из таблицы 1.4 видим, что наименьшие ставки по потребительским кредитам наблюдались в Финляндии, Ирландии, Австрии и Франции, поэтому именно в этих странах выгоднее брать кредит, поскольку расходы населения по этим кредитам будут наименьшими. Более высокие процентные ставки по кредитам населению действуют в таких странах, как Португалия, Греция, Италия и Испания.

Таблица 1.4

Средние процентные ставки по потребительским кредитам в странах
Евросоюза

Страна	Ставки потребительских кредитов, %
Австрия	7,00
Бельгия	7,90
Финляндия	6,30
Франция	7,10
Германия	8,00
Греция	10,00
Ирландия	6,80
Италия	9,40
Португалия	12,20
Словения	8,70

Испания	9,40
Нидерланды	8,90

Источник: составлено автором на основе [13]

Если рассматривать ситуацию в странах Центральной Европы и Восточной Европы, то интерес населения к кредитованию в последние годы здесь постоянно растет в связи с повышением жизненного уровня и снижением процентных ставок местных банков. С одной стороны, увеличение объемов потребительского кредитования – это хороший признак для стран с рыночной экономикой, она свидетельствует о благоприятном влиянии вступления в Евросоюз, но, с другой стороны, с ростом кредитной активности повышается также и опасность риска, как для финансовых институтов, так и экономики в целом. Конечно же, быстрая кредитная экспансия в этих странах не обходится без риска, предоставление кредитных услуг в странах с рыночной экономикой опасно из-за неустойчивой политической ситуации и возможных экономических и финансовых кризисов. Поэтому вероятность непредвиденных витков в экономическом развитии стран Центральной и Восточной Европы очень высока. Об этом свидетельствуют как макро-, так и микроэкономические показатели этих стран [53]. Например, такие страны как Болгария, Хорватия, Румыния применяли административные меры, для того чтобы предотвратить излишний риск, связанный с ростом интереса к кредитованию. Итак, в целом кредитный рост, которое наблюдается в Центральной и Восточной Европе, характеризует выход на более высокий уровень кредитной культуры, такой, которая существует в другой части Европы [54].

Что касается России, то тенденция к росту объемов потребительского кредитования в этой стране сохраняется уже не один год. По разным данным, невозврат кредитов сейчас составляет всего 3-6 %, что ниже, чем в Польше или в Чехии. По оценкам банковских аналитиков, в десятку нынешних лидеров потребительского кредитования в России входят банки с иностранным участием в капитале [5].

Итак, исследование зарубежного опыта осуществления банковских операций по предоставлению потребительских кредитов позволяет обобщить и

обеспечить использование данного опыта банками России. Сегодня в странах Евросоюза и США наблюдается спрос на потребительское кредитование, хотя и несколько сократившийся после введения санкций. Оценивая условия кредитования зарубежных банков с условиями кредитования банков в России, следует отметить, что за рубежом процентные ставки по потребительским кредитам значительно меньше, а займы и кредиты для населения являются более доступными. Достаточно развито кредитование населения на покупку жилья, сроки кредитования являются довольно длительными, есть возможность получить льготные кредиты для семей с ограниченными доходами. Все это свидетельствует о развитии банковской системы и кредитных взаимоотношений населения и иностранных банков.

1.3. Инфраструктура, участники и операции рынка потребительского кредитования

Инфраструктура потребительского кредитования является фактором, определяющим ускорение оборота капитала в системе потребительского кредитования. Под инфраструктурой рынка принято понимать совокупность институтов, обслуживающих рынок, и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования [23, с. 135].

Инфраструктура рынка потребительского кредитования обеспечивает неразрывность товарных, денежных, информационных и других потоков, создает общие условия для обеспечения устойчивости и рационализации процесса потребительского кредитования.

К таким функциям относят:

- содействие участникам рыночных отношений в реализации их интересов;
- ускорение оперативности и эффективности работы рыночных субъектов;
- организационное оформление рыночных отношений;

– обеспечение форм юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики [2, с. 136].

Инфраструктура рынка потребительского кредитования – это совокупность вспомогательных организаций, служб и учреждений, обслуживающих экономические, правовые и информационные интересы субъектов рынка потребительского кредитования.

К задачам, которые решает инфраструктура рынка потребительского кредитования, следует отнести повышение эффективности коммуникации его субъектов и защита от рисков, который является неременным спутником всех сторон кредитных операций. Следует отметить, что отдельные элементы инфраструктуры рынка потребительского кредитования в России уже созданы и успешно функционируют. Так, существует достаточно большое количество фирм, специализируются на предоставлении правовых услуг – юридические конторы, частные юристы, нотариусы. Отдельный вид специализированных услуг предоставляют оценщики имущества. Важной составляющей потребительского рынка является информационное обеспечение всех его участников. В этом сегменте действуют финансовые консультанты или консалтинговые фирмы.

Для более успешного продвижения кредитных продуктов потребительского назначения отдельные элементы инфраструктуры этого рынка создаются самими кредиторами. К ним относятся, так называемые, центры ипотечного кредитования, центры страхования и кредитования, центры кредитования граждан т. д.

С целью уменьшения рисков кредитования кредиторы могут воспользоваться услугами кредитных агентств, носящих название - бюро кредитных историй. Однако их деятельность и порядок обмена информацией является несовершенной, и заемщикам не сложно получить кредиты в разных учреждениях, являющихся клиентами соответственно разных бюро.

Проблемы с возвратом потребительских кредитов обусловили появление компаний по взысканию просроченной задолженности коллекторских агентств.

Как правило, банк накапливает проблемные кредиты и продает, или передает портфель просроченной задолженности коллекторской компании, которая занимается взысканием долгов. Следует подчеркнуть, что в настоящее время основы деятельности коллекторов не урегулированы, а проблематика законодательного регулирования уступки просроченных банковских кредитов, где должниками являются физические лица, только изучается.

Как было указано выше, важным аспектом функционирования рынка потребительского кредитования является высокая степень риска. Поэтому, особую актуальность приобретает вопрос страховой защиты от кредитных рисков. Однако, этот элемент инфраструктуры развивается узко – как правило осуществляется только обязательное страхование заемщика на случай смерти или потери трудоспособности, особенно при выдаче авто или долгосрочных кредитов (ипотеки). Осуществление операций страхования риска невозврата долга не производится, ведь сейчас активы страховых компаний значительно меньше активов кредитодателей, что ограничивает финансовую состоятельность страховщиков в страховании кредитных рисков.

Итак, современная инфраструктура рынка потребительского кредитования лишь частично выполняет возложенные на нее функции и нуждается, прежде всего, в решении комплекса организационных и правовых вопросов. Современный рынок потребительского кредитования РФ, как и многие другие отрасли экономики, находится под влиянием определённых социально-экономических показателей, таких как: ВВП, уровень инфляции, уровень доходов и занятости населения, оборачиваемость розничной торговли.

Треть совокупных потребительских кредитов, выданных банками РФ, приходится на Центральный федеральный округ, Приволжский ФО и Сибирский ФО, что свидетельствует о смещении спроса на кредиты в регионы. Потребительские кредиты, которые были выданы банками Москвы, составили порядка 30% от общего объема предоставленных потребительских кредитов на территории РФ. Кроме того, в настоящее время наблюдается рост доли заемщиков с большой долговой нагрузкой, которые имеют по 3 и более

кредитов, что влечет за собой значительный рост уровня риска.

Центральный Банк среагировал на это ужесточением регулирования сектора банковского ритейла, ограничив максимальную ставку потребительского кредитования и максимальную долю доходов, направляемых заемщиками на уплату долгов по кредитам.

Как уже было сказано, рынок потребительского кредитования представлен физическими лицами. По данным Госкомстата по состоянию на 1 января 2013 г. численность населения России составила 141,9 млн. человек, из которых 103,7 млн. проживает в городе, а 38,2 млн. в сельской местности (рисунок 1.5).

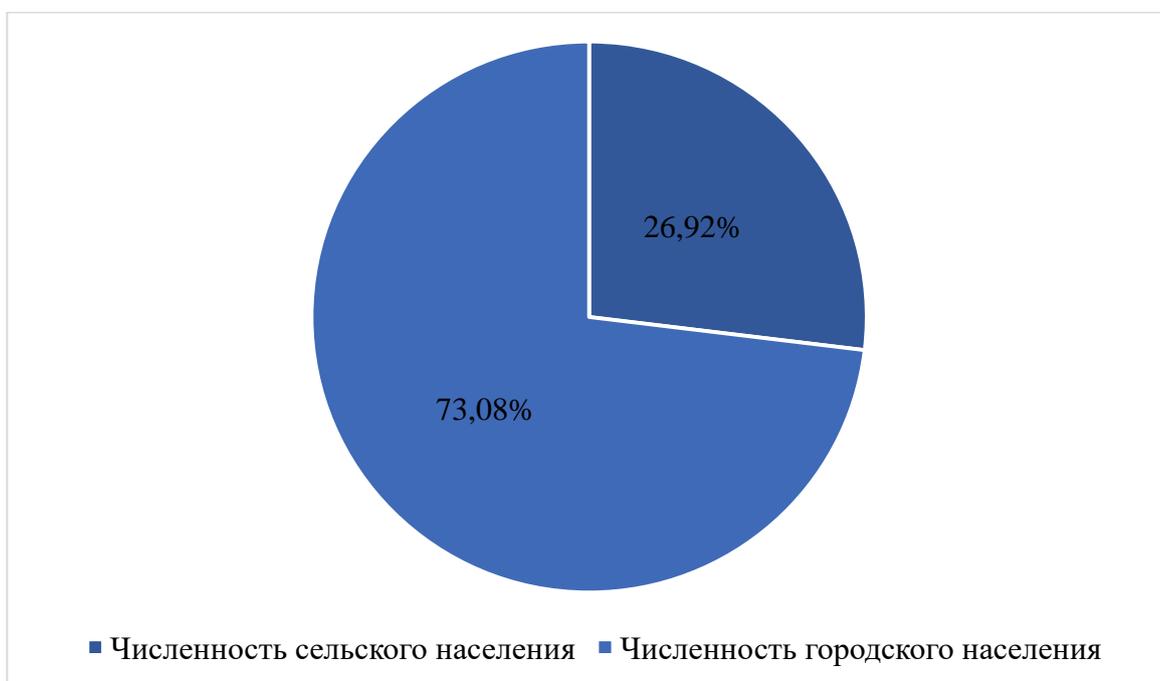


Рисунок 1.5 - Структура населения РФ по территориальному признаку по состоянию на 01.01.2014 г.

Источник: составлено автором на основе [24]

Портрет заемщика, который претендует на получение потребительского кредита от банковского учреждения, различается в зависимости от места проживания, уровня доходов и возраста.

Сегментация рынка потребительского кредитования дает возможность банковскому учреждению обеспечить адресность предоставляемых банками услуг, что значительно повысит эффективность их продвижения, приведёт к

повышению доходов банковского учреждения за счет усовершенствования банковских продуктов и услуг, улучшения каналов сбыта и поиска новых, развития коммуникационной политики банка.

Рынок потребительского кредитования РФ можно также подразделить согласно фазам жизненного цикла, что в свою очередь дает возможность определить для каждого сегмента набор кредитных продуктов, которые могут быть предложены клиентам из разных групп (таблица 1.5).

Согласно данным таблицы 1.5 рынок клиентов потребительского кредита разделяется на четыре сегмента, то есть согласно демографического признака, а именно возрастной категории.

Таблица 1.5

Кредитные продукты для разных категорий населения РФ

Группа	Кредитные продукты
Молодежь (18-25 лет): студенты; лица начавшие работать; готовящиеся к браку и недавно образовавшие семьи	Образовательные кредиты, кредиты на товары, кредиты на жилье.
Молодые люди (26-35 лет): недавно образовавшие семьи; готовящиеся к браку; молодые родители	Кредиты на жилье, авто кредиты.
Лица среднего возраста (36-45 лет): семьи со стажем; люди со сложившейся карьерой	Образовательные кредиты, кредиты на улучшение жилищных условий.
Лица зрелого возраста и пенсионеры (46 лет и более)	Кредиты на улучшение жилищных условий.

Источник: составлено автором на основе [47, с. 133]

Такая сегментация позволяет выявлять слои населения для предложения различных видов потребительских кредитов. Дополним сегментацию по демографическому признаку экономическими признаками и определенными кредитными продуктами с целью выявления платежеспособного населения и дифференцирования по возрастным группам. Подобная комбинация 3-х признаков (возраст населения, доходы населения и кредитный продукт) определяет адресность определенных видов кредитных продуктов (таблица 1.6).

Таблица 1.6

Структура платежеспособного спроса населения согласно возрастным
группам РФ %

Сегмент	В том числе в возрасте, лет:					Платежеспособное население
	18-25	26-35	36-45	46-60	от 61	
Покупка автомобиля	2,57	1,54	1,54	1,79	-	7,44
Покупка недвижимости	6,42	13,35	7,44	6,16	0,77	34,14
Строительство/ремонт	2,69	6,87	7,76	7,17	0,89	25,38
Образование	2,36	0,59	-	1,48	-	4,43
Покупка мебели и предметов интерьера	-	0,59	2,07	3,84	0,29	6,79
Иное	0,62	2,80	0,93	0,93	0,62	5,90
Всего	14,66	25,74	19,74	21,37	2,57	84,08

Источник: составлено автором на основе [6]

Доля возрастных групп рассчитана от доли платежеспособного населения. Платежеспособная часть населения по каждому продуктовому сегменту рассчитывалась путём умножения на каждую долю населения по признаку доход и вычитания той части населения, доходы которой ниже МРОТ, а в сегментах «Покупка недвижимости» и «Покупка автомобиля» еще и часть населения, доходы которой ниже 10000 рублей. Аналогично определялась доля возрастных групп в платежеспособной части населения.

Спрос на определенные виды потребительских кредитов подвергается сезонным колебаниям. К примеру, спрос на бытовую технику и электронику значительно возрастает осенью, а его пик приходится в канун новогодних праздников. В свою очередь сезоном кредитования туристических поездок является лето, а ремонтных услуг – весна и лето.

Каналами продвижения банковских услуг на финансовый рынок, в частности продуктов потребительского кредитования, которые наиболее чаще используются, являются:

- 1) наружная реклама;
- 2) интернет;
- 3) печатная реклама;
- 4) директ-маркетинг;

- 5) радиовещание;
- 6) телевизионные коммуникации;
- 7) ВТЛ-акции.

Анализ источников [8, 10] позволяет всех заемщиков разделить на три группы: добросовестные плательщики, проблемные клиенты и сомнительные (Приложение 1).

По мнению экспертов, высокие темпы роста рынка потребительского кредитования будут сохраняться и далее, чему будут способствовать следующие факторы, представленные на рисунке 1.6. Исходя из данного рисунка, для последующего анализа будут использованы 2 фактора.

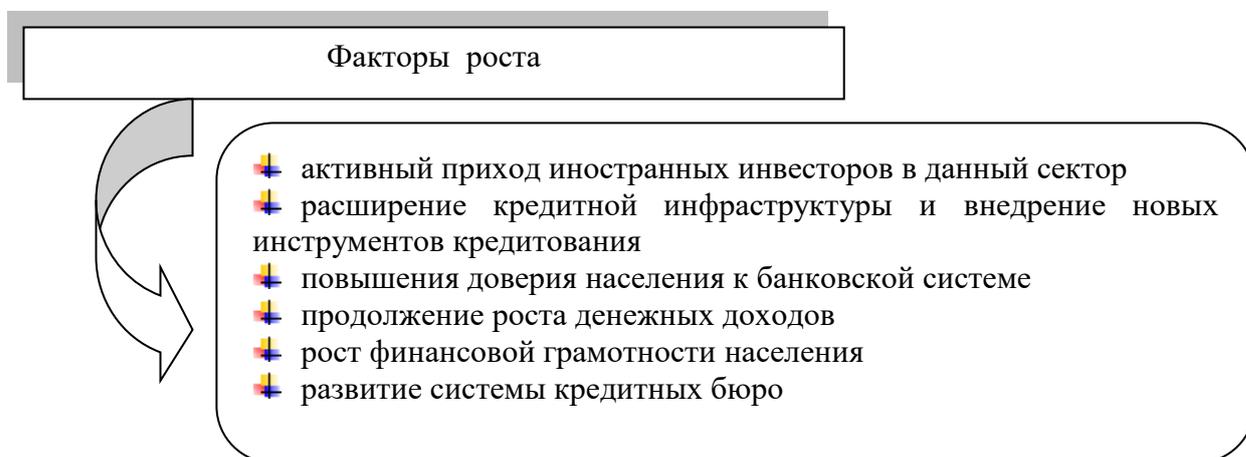


Рисунок 1.6 - Факторы, способствующие росту рынка потребительского кредитования

Источник: составлено автором на основе [10]

Банки и другие финансово-кредитные организации активно работают над созданием кредитных программ, учитывая интересы и возможности каждого заемщика.

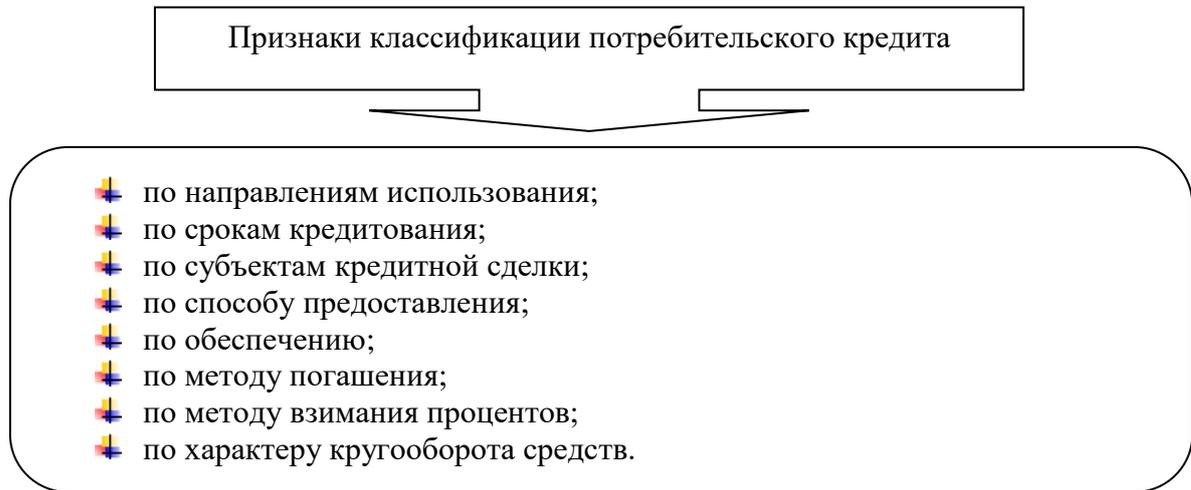


Рисунок 1.7 - Признаки классификации потребительского кредита

Источник: составлено автором на основе [8]

Разнообразные виды кредитов характеризуют процесс организации кредитных отношений и внешнее его проявление. Виды кредита формируются в зависимости от особенностей объекта, целевого направления, срока кредитования [17, с. 98]. Ссылаясь на нормативную базу РФ потребительский кредит определяется как «кредит, предоставляемый банком на приобретение товаров (работ, услуг) для личных, бытовых и иных непроизводственных нужд» [10]. Несмотря на то, что потребительский кредит выделен как отдельный вид кредитования населения, он имеет определенную разбивку на различные подвиды, которые также имеют взаимосвязь между собой. Традиционно подвиды потребительского кредитования классифицируют по нескольким признакам, к которым можно отнести следующие : направления использования, сроки кредитования, субъекты сделки, способ предоставления, обеспечения и погашения, метод начисления и взимания процентов, характер кругооборота средств. (рисунок 1.7).

Согласно направлениям использования, потребительские кредиты предоставляются на:

– «неотложные нужды. Неотложными нуждами могут выступать затраты на покупку товаров и услуг, на лечение и отдых (подобные кредиты носят краткосрочный характер: от 3 месяцев до 1 года);

– инвестиционные цели. Такой потребительский кредит предполагает получение ссуды на строительство, приобретение индивидуального жилья, его капитального ремонта, газификацию, проведение канализации (членам садоводческих кооперативов и товариществ предоставляются долгосрочные кредиты на приобретение или строительство садовых домиков и благоустройство участков);

– на развитие личных хозяйств;

– в виде целевых ссуд отдельным социальным группам («Отдельные социальные группы – молодые семьи или студенты – имеют возможность получения ссуды, направленной на решения социально важных задач (например, укрепление семьи или оказание материальной помощи студентам»).

Потребительский кредит по сроку кредитования предоставляется как:

– краткосрочный кредит сроком от 1 дня до 1 года;

– среднесрочный кредит сроком от 1 года до 3-5 лет;

– долгосрочный кредит сроком выше 5 лет [19, с. 251].

В случае выдачи потребительского кредита на развитие личных хозяйств, он носит среднесрочный характер, а выдача кредита на инвестиционные цели – долгосрочный, как правило, сроком до 10 лет.

По субъектам кредитной сделки потребительские кредиты бывают:

– банковскими потребительскими кредитами;

– кредитами, которые предоставляются населению торговыми организациями (экспресс-кредиты);

– потребительскими кредитами кредитных учреждений небанковского типа (ломбарды, кассы взаимопомощи, кредитные кооперативы, строительные общества, пенсионные фонды и т.д.);

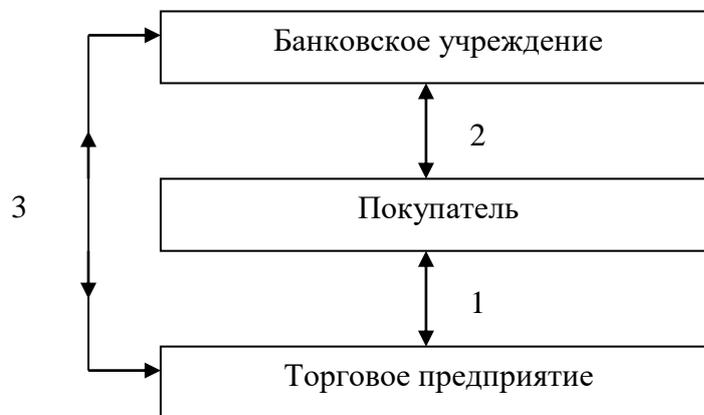
– личными или частными потребительскими кредитами, которые предоставляются частными лицами;

– потребительскими кредитами, которые предоставляются заемщикам непосредственно на предприятиях и организациях по месту работы.

Потребительский кредит также принимает форму прямого или косвенного банковского кредита. Когда предоставляется прямой кредит, договор заключается напрямую между банком и заемщиком. В косвенном кредитовании берёт участие ещё и посредник – торговая организация.

В связи с этим имеются две разновидности схем потребительского кредитования: двусторонняя схема и трехсторонняя схема предоставления потребительского кредита [7, с. 168].

Двусторонняя модель кредитования потребителей осуществляется за счет оборотных средств торгового предприятия, а кредит в данном случае носит товарный характер [18, с. 207]. В этом случае банковское учреждение заключает договор с предприятием о предоставлении денежного кредита на пополнение оборотных активов. При трехсторонней модели кредитования предполагается заключение трех независимых договоров – между банком и покупателем, покупателем и торговым предприятием и банком и торговым предприятием (рисунок 1.8).



1 – «договор купли-продажи между покупателем и продавцом;

2 – кредитный договор между покупателем и финансовым институтом;

3 – договор участия между банком и продавцом о переводе банку счетов, выставленных на покупателя, за оговоренный дисконт, который уплачивает банку продавец за учет счета покупателя»

Рисунок 1.8 - Трехсторонняя модель потребительского кредитования

Источник: составлено автором на основе [8, с. 121]

На основании данной модели банк и заемщик заключают кредитный договор, который носит строго целевой характер, является смешанным и включает в себя элементы кредитного договора, договора залога (при приобретении товара), договора банковского счета и направлен на погашение кредитно-денежных обязательств, возникающих перед банком и заемщиком при приобретении последним в торговой организации – товаров или услуг.

По способу предоставления кредит бывает целевым и нецелевым.

Нецелевыми кредитами выступает овердрафт – «способ краткосрочного кредитования (сроком не более 1 месяца), предусматривается договором банковского счета. При этом платежные документы, которые предъявляются к оплате с расчетного (текущего) счета, оплачиваются банком сверх остатка, который есть на этом счете, то есть в случае недостатка денежных средств на счете клиента, в результате этого образовывается дебетовое сальдо в пользу банковского учреждения [2, с. 49].

Овердрафт характеризуется безакцептным списанием суммы задолженности в момент поступления средств на текущий расчетный счет, а также установлением процентной ставки за каждый день его пользования. При этом потребитель имеет право вернуть кредит в любое время в полной сумме или частично, а также имеет возможность в получении нового овердрафта в пределах неизрасходованного лимита [2, с. 150].

Таким образом, подобный потребительский кредит характеризуется зачислением денежных средств, которое производится банковским учреждением на текущий счет заемщика при условии недостатка или отсутствия на текущем счете денег для оплаты товара в безналичной форме.

К нецелевым потребительским кредитам можно также отнести экспресс-кредитование, которое осуществляется непосредственно в торговых точках продажи и использование кредитных карт.

Экспресс-кредитование отличается от обычного банковского потребительского кредита упрощенной формой оформления, которая характеризуется:

- а) необходимостью предоставления минимального набора документов (для заемщика);
- б) увеличением объема продаж и утверждением хорошей репутации (для торгового предприятия, организации);
- в) получением достаточно высокой нормы прибыли и формированием обширной клиентской базы (для банковского учреждения).

Недостатком данного вида кредита является наличие высоких рисков непогашения кредита, поскольку оперативная выдача кредитов может привести к ошибкам в оценке кредитоспособности заемщика.

По обеспечению потребительские кредиты бывают необеспеченными (бланковые) и обеспеченными (залогом, гарантиями, поручительствами). Обеспечение не гарантирует полного погашения кредита, однако позволяет уменьшить риск, и является распространенным в банковском кредитовании.

По методу погашения потребительские кредиты бывают: погашаемыми единовременно и с рассрочкой платежа. В свою очередь кредиты с рассрочкой платежа погашаются с равномерными периодическими погашениями и с неравномерными погашениями, когда сумма платежа может возрастать или снижаться в зависимости от определенных факторов.

По методу взимания процентов потребительские кредиты бывают: с удержанием процентов в момент их предоставления; кредитами с уплатой процентов в момент погашения; кредитами с уплатой процентов равными взносами на протяжении всего срока его погашения [6, с. 82].

Потребительские кредиты по характеру кругооборота средств подразделяют на разовые и возобновляемые (револьверные). Револьверные кредиты – это кредиты, которые предоставляются заемщикам по кредитным картам и в форме овердрафта. Суть овердрафта заключается в открытии кредитной линии, на протяжении которой заемщик имеет право на получение кредита без дополнительных переговоров.

Таким образом, по сравнению с другими видами кредитования, потребительский кредит выделяет отличная от других классификация, несмотря

на то, что потребительское кредитование выделено как один из видов кредитования с аналогичными принципами и функциями. Имея множество видов, которые объединены по какому-либо признаку (по обеспечению, по целевому назначению и др.), потребительский кредит требует четкого определения видов кредитования в силу своего распространения в России.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

2.1. Зарубежный и российский рынок потребительского кредитования: сравнительный анализ

Рынок потребительского кредитования является важнейшим звеном финансовой системы любого государства. Доля данного сегмента рынка в мире постоянно растет по причине роста потребности населения в заемных денежных средствах, а также за счет увеличивающегося числа новых банковских продуктов и программ.

Развитие потребительского кредитования на территории России в настоящее время продолжается, в том числе и с точки зрения законодательства.

Потребительское кредитование характеризуется динамичным развитием в Российской Федерации, начало которого пришлось на 2000-ые гг. Предпосылками этого была относительная стабильность экономического положения, рост благосостояния населения, активизация банковской деятельности в сфере кредитования частных лиц. В это время на финансовый рынок вышел банк «Русский стандарт» с программами экспресс-кредитования в торговых точках бытовой техники и электроники. И уже через год в сегмент потребительского кредитования вошли крупные банки РФ, что и послужило дальнейшему развитию потребительского кредитования. Мировой финансовый кризис 2008-2010 гг. повлиял на банковскую деятельность, в частности на розничный бизнес [4, с. 24].

В развитии потребительского кредитования РФ можно выделить следующие основные периоды, представленные в Приложении 1.

Сегодня рынок потребительских кредитов в России стремительно развивается. Все больше банков готовы предложить программы потребительского кредитования. Физические лица, в прошлом традиционно рассматривавшиеся лишь как источник ресурсов для банков, в последнее время

становятся важной категорией заемщиков в сферах ипотечного и потребительского кредитования.

Динамика объемов потребительского кредитования представлена на рисунке 2.1.

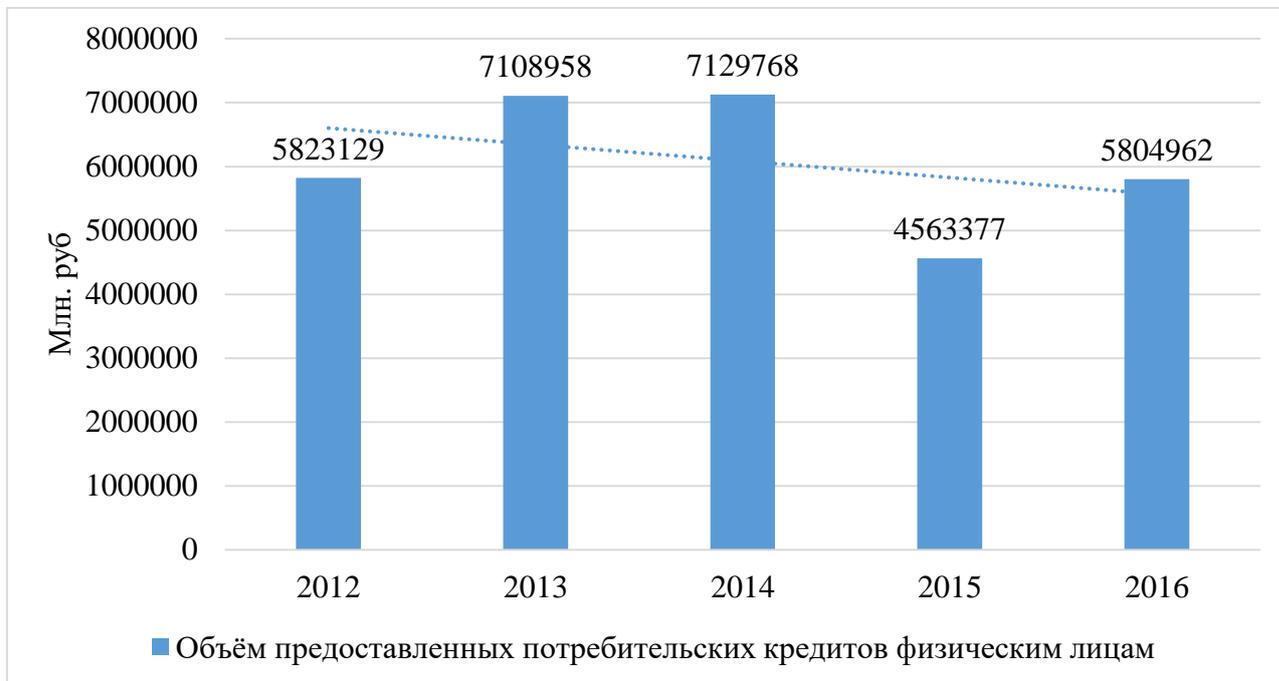


Рисунок 2.1 – Динамика объемов потребительского кредитования в РФ в млн. руб.

Источник: составлено автором на основе [22]

Тенденции развития рынка потребительского кредитования РФ, сохраняющие актуальность по сей день, следующие:

- 1) объем предоставленных потребительских кредитов населению достигал своего максимума в 2013-2014гг.;
- 2) объёмы предоставляемых потребительских кредитов населению после спада в 2015г., продолжили рост в 2016 г.

Вместе с тем, следует отметить, что рост рынка заметно приостановился и некоторые аналитики даже прогнозируют в недалеком будущем отрицательную динамику развития. Одной из весомых причин данной тенденции является насыщение рынка – практически все платежеспособное население уже имеет потребительские кредиты и не может, или по каким-либо причинам не хочет брать новые. Не менее важной причиной является и

недобросовестность многих банков при раскрытии эффективной процентной ставки по кредитам, т.е. в кредитном договоре содержатся скрытые «платежи» - переплата, не указываемые банком во время рекламных компаний и не раскрываемые сотрудниками банка при оформлении банковского договора, в результате чего лицу, оформившему потребительский кредит, приходится выплачивать большую сумму, чем ожидалось, что подрывает доверие к конкретному банку и системе потребительского кредитования в целом.

Однако не только граждане замедляют рост сегмента потребительского кредитования, во многом это зависит и от самих банков, многие из которых для увеличения объема потребительских кредитов снижают требования при выдаче кредита, что ведет к росту так называемых «безнадежных кредитов», которые, по мнению аналитиков, являются реальной угрозой для банков. Потенциальный кризис потребительского кредитования может принести ряду банков большие финансовые проблемы и замедлить рост всего сегмента.

В настоящий момент на рынке потребительского кредитования представлены следующие продукты: залоговые и беззалоговые кредиты. К залоговым кредитам относятся ссуды, выдаваемые под твердое обеспечение: ипотека, автокредиты. К беззалоговым кредитам относятся кредиты без обеспечения.

Долговые обязательства населения в мире увеличились с 2007 по 2016 год на 57 трлн. долл. США до уровня почти 100 трлн. Темп этого роста превышает рост мировой экономики и уже сегодня долги домохозяйств достигли 286% глобального ВВП.

Отношение долга домохозяйств, нефинансовых организаций и государства к ВВП за последние 10 лет выросло во всех развитых странах и в большинстве развивающихся. В России, например, рост составил 19% по сравнению с 8% в Германии или 16% в США. Наибольший показатель роста зафиксирован в Ирландии – 172%. [53, с. 19].

Сегодня более 40 миллионов граждан РФ имеют кредиты на сумму около 11 млрд. рублей, т.е. сопоставимую с бюджетом всего государства. При этом

порядка 5 миллионов россиян уже не могут выплатить свои долги. Почти каждый пятый заемщик тратит на платежи по кредитам больше половины семейного дохода в месяц, и доля таких россиян выросла с 4 до 17 процентов в 2016г. [20].

Потребительское кредитование все последние годы было значимым фактором роста спроса домашних хозяйств, добавлявшим от трети до половины цифры роста ВВП. Однако, темпы роста этого сегмента финансового рынка постоянно сокращались с 39,4% в 2012 году, до 28,7% в 2013 и 13,8% в 2014. В 2015 году вклад потребительского кредитования в потребление граждан впервые стал отрицательным (-6%) по сравнению с 2014 годом.

Особенно сильное падение отмечено в сегменте кредитов наличными: на 29% по количеству взятых кредитов (21,7 млн.) и на 45% в денежном выражении (4,5 трлн. руб.).

При этом просроченная задолженность граждан за год выросла на 48% до 1,5 трлн. рублей. Уровень просрочки у 200 крупнейших по активам банков достиг 9,9% от общего объема действующих кредитов 9,7 трлн. рублей. При этом уровень просрочки постоянно растет: в 2013 года – 4,7%, 2014 – 5,4%, в начале 2015 года – 7%. Средняя сумма долга на одного заемщика составляет 215 тыс. рублей. В то же время средняя сумма одного просроченного кредита выросла за год с 90 до 140 тыс. рублей.

Европейский рынок потребительского кредитования в 2015 году показал незначительный рост после затяжного периода спада. Однако, масштабы данного роста значительно меньше данных за 2012 год. Задолженность домохозяйств по потребительскому кредиту в Европейском союзе составил 1 124 млрд. евро (+ 3% к 2014 году). В целом, средний уровень задолженности на душу населения в ЕС остался на уровне 2 200 евро [23, с. 10252].

Самый высокий уровень задолженности по розничным кредитам был зафиксирован в Великобритании (329 млрд. евро), Германии (225 млрд. евро) и Франции (153 млрд. Евро). Во Франции, объем рынка потребительского кредитования увеличился на 4% до 153 млрд. евро, а размер кредита на душу

населения вырос на 3% и составил 2 305 евро. Впервые с 2008 года доля домохозяйств, имеющих кредиты, увеличилась до 26%.

В Великобритании, на долю которой приходится более 30% Европейского рынка розничных кредитов, прирост объема потребительских кредитов составил 6% и превысил уровень 2008г.

В Германии рост потребительского кредитования, вызванный введением минимальной почасовой заработной платы в 2015 году, помог рынку потребительского кредитования: в 2015 году рост показателя составил 1%.

Скандинавские страны, за исключением Швеции, где показатель задолженности по кредитам исторически высок, показали на душу населения намного выше среднеевропейского показателя: 5 000 евро в Норвегии (самые высокие показатели на душу населения в Европе), 3100 евро в Дании (5-я позиция) и 2600 евро в Финляндии (8-е место).

Рост рынка потребительского кредитования в Европейском союзе в последние годы был обусловлен двумя факторами: улучшением экономического климата и ростом интереса банковских групп к потребительскому кредиту. Наиболее активными видами кредитования были лизинг и автокредитование.

Подробную структуру выделяет Объединённое Кредитное Бюро, представленную на рисунке 2.2.

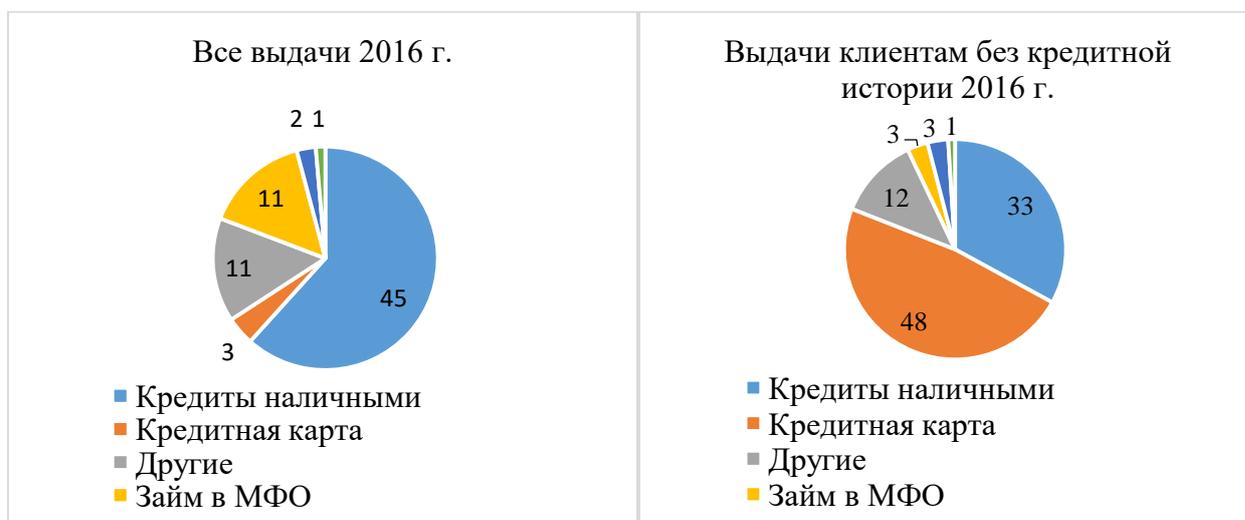


Рисунок 2.2 - Структура выдачи потребительских кредитов в разрезе продуктов на рынке потребительского кредитования России

Источник: составлено автором на основе [39]

Исходя из приведённого выше рисунка следует что, доля кредитов, которые были выданы заемщикам не имеющих кредитной истории, по итогам 2016 г. снизилась до 19% от общего количества выдач и составила около 5,03 млн. шт. В то время как, в 2015 г. это значение составляло 22%, а это 5,16 млн шт., а в 2014 г. – 24% (7,34 млн ед.).

Всего за 2016 г. банки выдали 26,5 млн новых кредитов общим объемом около 3,3 трлн руб. Если посмотреть на общую структуру выдач новых кредитов за 2016 год, то видно, что больше всего банки выдали кредитов наличными – 45% от общего количества выдач, доля кредитных карт составила – 30%, доля займов МФО – 11%, доля ипотеки – 2%, доля автокредитов – 1%, на кредиты других типов (POS, кредиты с обеспечением и др.) пришлось 11%.

Структура выдач новым клиентам отличается от общих показателей. Наибольшей востребованностью среди новых пользователей заёмных продуктов пользовались кредитные карты – на них в 2016 г. пришлось 48% всех выдач, кредиты наличными – 33%, другие типы кредитов – 12%, займы МФО – 3%, ипотека – 3%, и автокредиты – 1%.

Если обратить внимание на структуру выдач в разрезе каждого кредитного продукта, то видно, что чаще всего банки выдают заемщикам, не имеющих кредитной истории, кредитные карты – 31% от всех выдач этого продукта за год, ипотеку – 26% всех выдач за год и автокредиты – 22%. Из чего возможно сделать вывод, что именно залоговые кредиты с большей вероятностью возможны для оформления клиенту, не имеющему кредитной истории.

В то время как, меньше всего выдавали беззалоговые кредиты наличными – 14% от всех выдач этого продукта и займы МФО – 6% выдач. Однако, при этом снижение доли выдач заемщикам без кредитной истории в 2016 г. отмечено по всем абсолютно видам кредитных продуктов.

По шкале отраслевых и страновых рисков рейтингового агентства S&P банковский сектор России относится к 8-й категории из десяти. Ее соседями

являются Азербайджан, Боливия, Хорватия, Грузия, Венгрия, Казахстан и др. Но экономические риски РФ оценивают выше, чем у всех этих соседей из-за значительного сокращения экспорта и доходов бюджета, отсутствия структурных реформ, ограничения доступа к внешним рынкам капитала, волатильности курса рубля и оттока капитала. Бум розничного кредитования в России пришелся на 2013 год, когда банки одобряли 30-50% заявок на короткие беззалоговые кредиты и около 30% на автокредиты и ипотеку.

К концу 2014 года – началу 2015 года сектор охватил почти полный коллапс (некоторые банки, например, Nordea, вообще свернули розничный бизнес). Банки начали выходить из него только в июле – августе. Соответственно до 15% и 10% подросли доли одобряемых кредитов.

Банки подталкивают к потребкредитованию потребность в заработке (одной комиссионной модели бизнеса для доходности недостаточно), а также то, что без новой выдачи кредитов растет доля накопленных проблемных долгов и, чтобы закрывать потери, нужны работающие кредиты.

Заемщиков с доходами ниже среднего в этом году банки стараются не кредитовать либо дают небольшие суммы. В результате у граждан впервые, начал снижаться уровень долговой нагрузки.

Анализ банковского сектора по итогам 2016 года – начала 2017 года, позволяет говорить о том, что в связи с возросшими рисками на рынке потребительского кредитования, наблюдается снижение количества зарегистрированных кредитных организаций на рынке.

Рассмотрим влияние экономической ситуации на рынке и рисков на количественные характеристики кредитных организаций в России в таблице 2.1.

Рынок необеспеченного потребительского кредитования в 2016 г. после непрерывного снижения с начала 2015 г. демонстрировал признаки стабилизации объема совокупного долга физических лиц.

Годовые темпы прироста ссудной задолженности в целом по банковскому сектору оставались в отрицательной зоне, но постепенно росли и на 1 октября

2016 г. составили -5,8% (при минимальном значении -12% в начале 2016 г.). По группе банков с государственным участием в капитале данный показатель достиг 2,3%.

Таблица 2.1

Количественные характеристики кредитных организаций России

Показатель	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.02.2017	01.03.2017
Зарегистрировано кредитных организаций России и другими органами	1049	1021	975	969	967
Действующие кредитные организации (кредитные организации, имеющие право на осуществление банковских операций)	834	733	623	619	616
Кредитные организации, зарегистрированные Банком России, но еще не оплатившие уставный капитал и не получившие лицензию (в рамках законодательно установленного срока)	1	0	1	0	0
Кредитные организации, у которых отозвана (аннулирована) лицензия на осуществление банковских операций	214	288	351	350	351
Кредитные организации, имеющие лицензии на осуществление операций в иностранной валюте	554	482	404	401	399
Кредитные организации, имеющие генеральные лицензии	256	232	205	204	203

Источник: составлено автором на основе [6, с. 50]

Фактором, сдерживающим дальнейшее восстановление сегмента, выступает снижение реальных доходов населения (-5,3% в январе-декабре 2016г. к аналогичному периоду 2015 г.), что ограничивает рост предложения банками новых кредитов. [7, с. 23-24]

Что же касается полной стоимости потребительских кредитов, данные Банка России, свидетельствуют о том, что во II квартале 2017 года сохранялась тенденция к их снижению кредитными организациями и микрофинансовыми институтами.

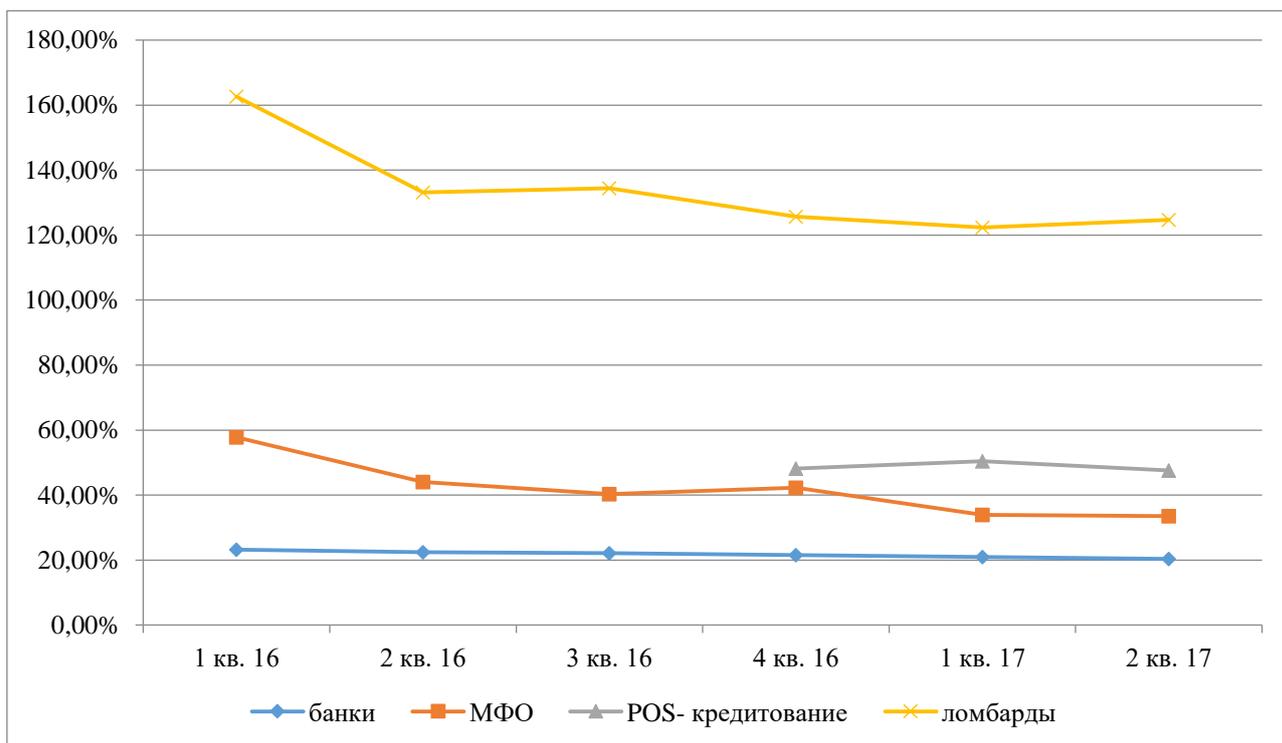


Рисунок 2.3 - Динамика средних значений полной стоимости кредитов по сегментам рынка

Источник: составлено автором на основе [51]

Объединенное кредитное бюро (ОКБ) собирает статистику по примерно 90% российских банков и накопило в базе данные о 40,4 млн. заемщиков с действующими кредитами, которые являются клиентами пятиста российских банков, включая Сбербанк. По данным ОКБ сегодня 6,5 млн. заемщиков не платят по кредитам более 90 дней. Из общего числа заемщиков 1,5% (или почти 600 тыс. человек) попадают под действие недавно принятого закона о банкротстве, а в 2016 году в арбитражные суды Москвы и области могут быть

поданы 4 млн. заявлений о банкротстве физических лиц [18]. Уже в октябре 2015 г. четыре частных банка (Сбербанк, ВТБ24, Уралсиб и Райффайзенбанк), из 15 крупнейших работающих с розничными кредитами, начали подавать заявления в суды на банкротство. Больше всех подал Сбербанк, на который приходится примерно 40% всего рынка потребкредитования. 65 заявлений судами уже приняты, а по двум (в Красноярском крае и Хакасии) должники признаны банкротами. Уже несколько лет компания FiCO и НБКИ составляют Индекс кредитного здоровья по федеральным округам России. Самого низкого значения за все время исследований индекс достиг в третьем квартале 2015 года – 89 пунктов. По оценке НКБИ плохие долги имеют сегодня 17-18% заемщиков. Большинство заемщиков (83%) имеют один-два кредита в банках, пять кредитов и более имеют 4% должников. С начала года средний ежемесячный платеж для них увеличился на 24%-для первых и на 60% для последних [36]. Самый популярный кредит – наличными (их около 40 миллионов на общую сумму 4,5 трлн. руб.). На втором месте – кредитные карты (30 млн. на 1,7 трлн руб.). Чем больше у должников кредитов, тем ниже платежная дисциплина: при одном кредите просрочку допускают не более 22%, а при трех – уже 40%, при пяти и более – 62%.

Чаще всего просроченная задолженность образуется у клиентов, которые оформляют кредитные карты (34%) либо кредиты наличными (26%), что наглядно демонстрирует таблица в Приложении 3. Но и в залоговом кредитовании (ипотека и автокредиты) проблемы не исключены. Как показывает статистика, наибольшему риску подвержены кредитные портфели автокредитования, а также такой вид займа небанковского кредитования, как займы ломбардов (Приложение 4). Что касается портрета заемщика, то в категорию должников чаще попадают мужчины 22-35 лет и женщины от 36 до 60 лет. В условиях ухудшения экономической ситуации, волатильности рубля, роста инфляции и безработицы у населения происходит смена потребительской модели поведения. Потребители меньше тратят (в результате снижается торговый оборот), берут меньше кредитов (что еще больше тормозит

потребление), но больше сберегают (объем вкладов физлиц за 2015 год вырос на 25,2% до 23 трлн. рублей). В сегменте карточных кредитов серьезное влияние на ситуацию оказало появление «Национальной системы платежных карт», необходимость создания которой возникла после санкционного отключения ряда российских банков от международных платежных систем Visa и MasterCard. Кроме того, на снижение темпов использования карточных кредитов в 2015 году повлияла бурная активность держателей карт в конце 2014 года на фоне сильных колебаний курсов валют. Для банков сегодня кредиты по картам стали менее прибыльны, а по старым договорам даже убыточны, т.к. рост депозитной ставки «съел» 4-5% маржи. Если в 2013 году невозвратность кредитов по картам была в среднем 15%, в 2014 возросла до 20%, а по итогам 2015 остановилась на уровне 18,4 %.

Таким образом, в настоящий момент на рынке потребительского кредитования в РФ и странах Евросоюза наметилась тенденция увеличения объема операций, что по мнению экспертов связано с улучшением экономической ситуации в странах. Однако, с ростом объема выданных кредитов увеличивается доля просроченных кредитов, что является негативным фактором для финансовых учреждений.

2.2. Анализ состояния банковского сегмента рынка потребительского кредитования

Рынок потребительского кредитования в России появился в начале 2000-х годов. Одним из первых на него вышел банк «Русский Стандарт». Вслед за ним участниками рынка стали «Хоум Кредит», «ОВК», Альфа-Банк, МДМ-Банк и многие другие. На сегодняшний день предложения потребительских кредитов есть фактически у каждого банка.

В значительной степени кредитную деятельность в России определяют универсальные коммерческие банки федерального уровня, контролируемые государством. Через них направляется значительный объем государственных средств на развитие реального сектора экономики, в том числе эти каналы

задействовались для поддержки в период кризиса. Именно кредитный сегмент фондового рынка является основным источником привлечения заемного финансирования для предприятий. Развитие небанковских структур в кредитной системе России можно оценить, как недостаточное. При всем многообразии видов кредитных институтов они предоставляют лишь узкоспециализированные продукты и услуги в сегментах, которые по разным причинам не являются достаточно привлекательными для банков. Инвестиционные и страховые институты также пока не играют значимой роли в кредитной системе из-за недостатка устойчивых, долгосрочных, дешевых ресурсов (по многим причинам – отсутствие традиций сбережений, неразвитое страхование жизни, слабая финансовая грамотность, частые изменения законодательства о пенсионном страховании и пр.). [45, с. 154]

Основными участниками рынка потребительского кредитования являются банки и небанковские учреждения. Банки предлагают более разнообразную продуктовую линейку потребительских кредитов, которые можно разделить на залоговые (ипотека, автокредитование) и беззалоговые.

На рынке небанковского кредитования представлены следующие основные организации: микрофинансовые организации, кредитные кооперативы, ломбарды. Предложение данных кредитных институтов практически идентичны – финансирование текущих расходов населения. Различия заключаются в подходе к оценкам финансовых рисков заемщиком и стоимости кредитов. Из-за ужесточения требований банков к своим заемщикам, рынок небанковских кредитных учреждений в последние годы активно растет.

При этом сохраняется ряд качественных проблем: спекулятивный характер вложений, обусловленный низкой финансовой грамотностью населения; высокие ставки размещения, вызванные отсутствием долгосрочных и дешевых пассивов; риски избыточного кредитования, связанные с отсутствием взаимодействия с бюро кредитных историй и прочее.

На рынке потребительского кредитования значимую роль играет ПАО Сбербанк, в кредитном портфеле которого розничные кредиты занимают более

23%. Негативный тренд по снижению ссудной задолженности, отмеченный в первом квартале отчетного года, был переломлен летом. В результате за год частным клиентам выдано кредитов более чем на 1,2 трлн. руб. Портфель кредитов физическим лицам вырос на 1,6% и достиг 4 135 млрд руб. По итогам года произошел рост доли как по жилищному, так и по потребительскому кредитованию, при этом возросли объемы жилищного кредитования. Доля Сбербанка на рынке кредитования увеличилась на 2,8 п.п. до 38,7%.

Таблица 2.2

Состав кредитного портфеля физических лиц ПАО Сбербанк, млн. руб.

	2012	2013	2014	2015	2016
Ипотечные кредиты	445 665	629 761	1 918 240	2 174 833	3 248 747
На потребительские цели, вкл. кредитные карты	1 569 478	1 965 487	2 088 949	1 929 773	968 875
Автокредиты	32 458	47 589	62 748	30 165	26 709
Итого кредитов физическим лицам до вычета резервов на возможные потери	2 047 601	2 642 837	4 069 937	4 134 771	4 244 331

Источник: составлено автором на основе [13]

Потребительские кредиты, несмотря на сокращение портфеля, по-прежнему остаются флагманом по объему процентных доходов, опережая другие розничные продукты. В 2016 году Сбербанк на фоне ухудшения розничных рисков сохранил приоритетным удержание качества кредитного портфеля, фокусируясь на привлечении только надежных заемщиков. За год портфель потребительских кредитов и кредитных карт сократился на 7,6%.

Доля Сбербанка на рынке потребительских кредитов возросла с 32,6% до 33,2%. Банк возобновил прием заявок на предоставление «Кредита физическим лицам, ведущим личное подсобное хозяйство». Для стимулирования спроса Банк трижды снижал процентные ставки по вновь принимаемым заявкам по «Потребительскому кредиту без обеспечения», «Потребительскому кредиту под поручительство физических лиц» и «Потребительскому кредиту на рефинансирование внешних кредитов» и дважды – по «Потребительскому кредиту военнослужащим – участникам НИС15» и «Кредиту физическим лицам, ведущим личное подсобное хозяйство». Проводились промо-акции,

приуроченные к учебному году и к новогодним праздникам. В первом полугодии 2015 года реализована технология, позволяющая получать одобрение по кредитным заявкам за 15 минут. В октябре во всех регионах введена новая технология по предоставлению «Доверительного кредита для заемщиков Банка – физических лиц с действующими кредитными договорами». Технология предполагает увеличение числа рефинансируемых кредитов клиента до пяти, автоматическую проверку просроченной задолженности по действующим кредитам и погашение действующих кредитов при выдаче нового продукта.



Рисунок 2.4 - Структура портфеля кредитования физических лиц ПАО Сбербанк, %

Источник: составлено автором на основе [13]

На рисунке 2.4. приведена структура кредитного портфеля банка в разрезе кредитования физических лиц, которая показывает, что жилищное кредитование оставалось приоритетным продуктом Сбербанка.

В 2016 году портфель ипотечных кредитов за год вырос на 4%. В то же время, Доля Сбербанка по остатку задолженности на рынке жилищного кредитования увеличилась на 2,1 п.п. и составила 55,0%. В 2015 году Сбербанк принял участие в программе «Ипотека с господдержкой», которая

распространяется на готовое и строящееся жилье на первичном рынке. С начала 2016 года выдано 115 тыс. кредитов на 327 млрд. руб. Кроме того, весной 2015 года проводилась промо-акция по «Приобретению готового жилья» (дисконт 0,3 п.п., первоначальный взнос от 15%, срок кредитования до 8 лет) и возобновилось предоставление кредитов на «Загородную недвижимость» и «Строительство жилого дома», запущен продукт «Нецелевой кредит под залог недвижимости». Для помощи заемщикам Сбербанк, имеющим валютные ипотечные кредиты, Банк предложил индивидуальное установление курса конвертации кредита в рубли и рублевой процентной ставки после изменений условий валютного кредита. На протяжении всего года действовала Акция для молодых семей: дисконт 0,5 п.п. к базовому уровню процентных ставок, отсутствие надбавок к процентной ставке на период до регистрации ипотеки. За 2016 год 101 тыс. молодых семей смогли воспользоваться такими кредитами на общую сумму 153 млрд. руб. В июле и августе на 1,0 п.п. и 0,5 п.п. соответственно были снижены процентные ставки по всем ипотечным продуктам за исключением «Военной ипотеки», программы «Ипотека с государственной поддержкой» и продукта «Нецелевой кредит под залог недвижимости». После снижения диапазон процентных ставок составил 11,4-14,5% годовых в рамках базовых ипотечных продуктов.

По «Военной ипотеке» в 2016 году Сбербанк выдал 11 тыс. кредитов на сумму 20 млрд. руб., доля Сбербанка в выданных кредитах составила 34%¹⁴, в общем объеме выданных Сбербанком жилищных кредитов 3%. В конце года для поддержания продаж по продукту «Приобретение готового жилья» действовала акция «Единая ставка» – предложение с фиксированной процентной ставкой для каждой категории клиентов, независимой от размера первоначального взноса, срока кредита или периода регистрации ипотеки. Процентная ставка для клиентов, получающих заработную плату на карту Сбербанка, составила 13,45% годовых, для остальных категорий клиентов – 13,95% с учетом применения особого условия «Защищенный кредит». Снижение ставок для отдельных групп клиентов в составило 0,3-0,55 п.п.

Большую роль в развитии ипотеки играет развитие партнерских каналов – выстроенной в Банке вертикали, которая включает в себя несколько направлений бизнеса: продажа ипотечных продуктов Банка на территории партнеров-застройщиков и агентств недвижимости; сопровождение клиентов с одобренными решениями на ипотеку до выдачи кредита в специальных Центрах ипотечного кредитования; онлайн-сервисы для ипотечных клиентов и партнеров Банка. Партнеры подают ипотечные заявки и одобряют объекты недвижимости клиентов через специально разработанную B2B web-систему «Партнер онлайн». Эта система позволяет сократить срок рассмотрения кредитной заявки с 5 до 2 дней. Доля заявок, поданных партнерами, в общем числе ипотечных заявок Сбербанка за год возросла с 15% до 43%. Активными пользователями системы «Партнер онлайн» являются более 24 тыс. компаний партнеров застройщиков и агентств недвижимости. В Москве и Новосибирске запущен пилотный проект по предоставлению клиенту удаленного «Личного кабинета заемщика», в котором клиент может управлять своей ипотечной сделкой, обмениваться информацией с партнерами и менеджером Сбербанка. Также в Москве и Новосибирске запущен пилотный проект по онлайн электронной регистрации ипотечных сделок. Отправить документы на регистрацию теперь можно в центре ипотечного кредитования Сбербанка без посещения Росреестра. Развитие жилищного кредитования связано и с новыми техническими возможностями, которые появились у Банка и позволили упростить процесс кредитования. Так, в рамках Федерального закона 259-ФЗ от 13 июля 2015 года Банк реализовал заказ выписок из Единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним, а также из Государственного кадастра недвижимости – через доступ к информационному ресурсу Росреестра. Такое взаимодействие с госорганами значительно облегчает клиенту процесс кредитования.

Кредитные карты остаются одним из важных элементов продуктовой линейки Банка, успешно применяемого для перекрестных продаж существующим клиентам. За год Банк увеличил объем ссудной задолженности

по кредитным картам с 410 до 441 млрд. руб. и упрочил позицию лидера этого рынка в России: доля на рынке кредитных карт выросла с 29,9% до 33,4%. Количество действующих кредитных карт достигло 15,6 млн. В 2015 году в рамках мер реагирования на рыночную ситуацию Сбербанк увеличил процентные ставки по задолженности по вновь оформляемым кредитным картам. Увеличена комиссия за снятие наличных денежных средств с кредитных карт. В апреле Банк ввел временную процедуру уменьшения кредитных лимитов по действующим кредитным картам. Процедура затронула клиентов, допускающих просрочки платежей. Расчет новых лимитов ведется на базе скоринговой модели. С апреля лимиты снижены в общем на 28 млрд. руб., что высвободило Банку 3,2 млрд. руб. резервов. Банк выпускает кредитные карты без PIN-конвертов: клиент самостоятельно назначает PIN-код по своей карте в момент ее получения. С сентября клиенты Сбербанка могут заказать кредитную карту с одобренным лимитом в 50 тыс. банкоматов, где установлена платформа «Сириус»: карту Classic можно сразу получить в ближайшем отделении, а премиальную карту Gold – через несколько дней. В связи этими мерами, в 2016 году наблюдается заметное падение объёмов выдач необеспеченных кредитов – потребительских и кредитных карт.

Партнерский канал автокредитования переведен Сбербанком в дочерний банк Сетелем. В 2015 году Сетелем банк удержал 1 место по выдачам в сегменте автокредитования. 1 место сохранилось у Группы Сбербанка по размеру портфеля автокредитов. Несмотря на сокращение рынка продаж новых автомобилей в России в 2015 году на 35,7%, объем кредитного портфеля Сетелем банка остался на уровне предыдущего года и составил 80 млрд руб. Сетелем банк продолжил сотрудничество с 23 автомобильными брендами и заключил ряд соглашений по его укреплению.

Ещё один из крупных участников российского рынка банковских услуг - АО Газпромбанк. В числе предоставляемых услуг: выпуск банковских карт, ипотечное и потребительское кредитование, автокредитование, услуги дистанционного управления счетами, кредитные карты с льготным периодом,

срочные вклады, аренда сейфовых ячеек, денежные переводы. По итогам 2016 года АО Газпромбанк занимает 3-е место по объему привлеченных депозитов и 4-е место по объему розничного кредитного портфеля, — увеличив при этом рыночные доли.

Планомерное следование розничной стратегии, основными составляющими которой являются максимальный охват клиентской базы и развитие розничного кредитования на основе низко- рискованной бизнес-модели, позволило банку в кризисный период увеличить долю на рынке депозитов и удержать снижение объема кредитного портфеля на уровне рыночных показателей. Уровень просрочки, хотя и повысился, следуя рыночной тенденции, но оказался существенно ниже общерыночного показателя.

В 2015 году АО Газпромбанк обслуживал около 4 млн. клиентов — физических лиц. Одним из ключевых целевых клиентских сегментов являются сотрудники компаний Группы Газпром и сотрудники крупных корпоративных клиентов. Он позволяет формировать низкорисковый портфель розничных кредитов, включающий ипотечные кредиты, потребительские кредиты и кредитные карты, а также предоставляет источники розничного фондирования — зарплатные проекты, срочные вклады и счета до востребования.

К числу основных кредитных продуктов, предлагаемых клиентам — физическим лицам, относятся ипотечное и потребительское кредитование, включая кредитные карты. Оставшаяся часть портфеля - автокредиты. (таблица 2.3.)

Таблица 2.3

Состав кредитного портфеля физических лиц АО Газпромбанк, млн. руб.

	2012	2013	2014	2015	2016
Ипотечные кредиты	64 201	78 198	224 520	241 994	234 703
На потребительские цели, вкл. кредитные карты	24 453	81 323	89 147	81 713	88 039
Автокредиты	13 256	14 987	16 509	9 428	12 098
Итого кредитов физическим лицам до вычета резервов на возможные потери	101 910	180 508	330 176	323 707	334 840

Источник: составлено автором на основе [11]

В условиях санкций в 2015 году величина портфеля розничных кредитов снизилась на 4% при общем падении рынка на 5,7%. [11, с.30-31]. По состоянию на конец 2016 года сумма кредитов, выданных физическим лицам, составила 334 млрд. руб., что занимает 9% от совокупного кредитного портфеля банка. При формировании розничного кредитного портфеля АО Газпромбанк придерживается консервативного подхода, который заключается в преимущественно залоговом кредитовании (ипотечное кредитование) и кредитовании клиентов с прозрачным финансовым положением — заемщиков, получающих заработную плату на счета в банке и имеющих положительную кредитную историю. Структура розничного кредитного портфеля в 2015 году претерпела изменения в силу рыночных тенденций: было сокращено автокредитование и стагнировали беззалоговые виды кредитов, при этом все больший вес приобрело ипотечное кредитование (рисунок 2.5).



Рисунок 2.5 - Структура портфеля кредитования физических лиц АО «Газпромбанк», %

Источник: составлено автором на основе [11]

В 2015 году в целях сокращения валютных рисков кредитования АО Газпромбанк прекратил предоставление розничных кредитов в иностранной валюте.

По итогам 2016 года наблюдался рост доли необслуживаемых розничных кредитов банка до уровня 2,9% (2015 год — 2,1%) совокупного портфеля кредитов физическим лицам. Увеличение этого показателя находится в рамках общей рыночной тенденции. Однако модель розничного кредитования АО Газпромбанк позволила сохранить долю необслуживаемых кредитов на значительно более низком уровне по сравнению с долей в 8% на рынке (по отчетности РСБУ).

Несмотря на то, что структура портфеля приведённых выше крупнейших российских банков, за последние 5 лет претерпела изменения, банки удержали свои позиции на рынке потребительского кредитования, что говорит об общей тенденции – стихийности на рынке. В связи возрастающими рисками доли необеспеченных видов кредитования, а именно – кредитов наличными и кредитных карт, банки вынуждены корректировать свою кредитную политику, а именно привлекать наиболее надёжных заёмщиков. Одним из наиболее популярных средств создания базы низкорискованных заёмщиков – зарплатный проект. Также, с 2014 года, по сей день сохраняется тенденция уменьшения объёма выдач необеспеченных-беззалоговых кредитов по карточным продуктам и кредитам наличными, что так же объясняется ростом просроченной задолженности

2.3. Анализ состояния и развития сегмента небанковского кредитования

Несмотря на то, что банки являются основными участниками рынка потребительского кредитования, в последнее время на финансовом рынке России появилось много финансовых посредников, которых называют небанковскими профессиональными кредиторами – кредитные потребительские, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, ломбарды, микрофинансовые организации, P2P кредитование [27, с. 12].

Самый большой сегмент из них — это микрофинансирование, услугами которого воспользовались уже, как минимум, три миллиона россиян. Причем об опыте микрофинансирования задумываются и крупные банки. Например,

такие микрофинансовые организации открыли ВТБ, ХоумКредит, Тинкофф, Почта Банк, ОТП и др. Причины этого очевидны: в целом российская банковская система сокращается и в силу ряда причин не справляется со своими задачами полноценного кредитования корпоративного и частного сектора экономики. Кроме того, ограничение ставок, введенные ЦБ с 1.07.15г., не позволяют по мелким POS-кредитам (до 30 тыс. руб.) превышать потолок в 61,2% годовых, а по кредитам наличными 57,3%. В то же время по необеспеченным займам МФО на срок от шести месяцев до года они могут достигать 189% на срок до одного месяца или 857% годовых. При этом многие клиенты, в результате более строгой позиции банков оказавшиеся отрезанными от кредитования, идут на эти кабальные условия. Рынок микрофинансирования и кредитной кооперации является важным элементом повышения финансовой доступности.

На данный момент количество микрофинансовых организаций на рынке показывает отрицательную динамику (рисунок 2.6).

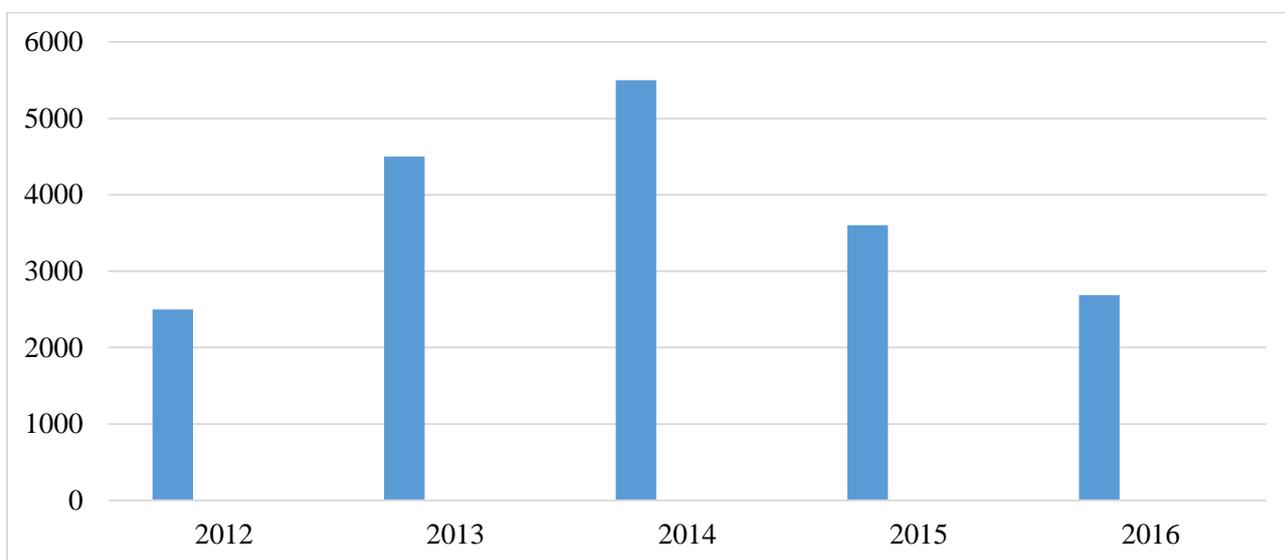


Рисунок 2.6 – Динамика количества МФО в государственном реестре, ед.

Источник: составлено автором на основе [14]

Структура микрофинансового рынка в России выглядит следующим образом [28, с. 16-17].

Общее количество – около 17 000 организаций, в том числе:

- микрофинансовые организации (МФО) – 2 687 (на 18.11.2016г.);

- кредитные потребительские кооперативы – 2 557 (на 15.10.2016г.);
- сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы – 1 779 (на 15.10.2016г.);

- ломбарды – 8 530 (на 15.10.2016г.);

Портфель займов (на 30.09.2016):

- микрофинансовые организации (МФО) – 62,4 млрд руб. (43%);
- кредитные потребительские кооперативы – 55,5 млрд руб. (38%);
- ломбарды – 27,8 млрд руб. (19%);

С 1 сентября 2013 года микрофинансовый рынок находится в сфере регулирования и надзора Банка России. С 3 марта 2014 года действует Главное управление рынка микрофинансирования и методологии финансовой доступности, осуществляющее регулирование деятельности микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, жилищных накопительных кооперативов и саморегулируемых организаций кредитных потребительских кооперативов. На 1 января 2016 года на микрофинансовом рынке действовали:

- 9 саморегулируемых организации (СРО кредитных потребительских кооперативов, для которых с 2010 года членство в СРО является обязательным условием для осуществления деятельности;

- 3 СРО микрофинансовых организаций, для которых до января 2016 года членство в СРО являлось добровольным.

С января 2016 года вводится обязательное саморегулирование для кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов и микрофинансовых организаций.

ЦБ РФ недавно сделал первую оценку совокупного объема кредитных портфелей р2р площадок на основе опроса участников, который составил около 100 млн. рублей. Средний заем составляет 20 тыс. рублей, а общее количество заемщиков не превышает 2 тысяч человек и примерно такое же количество взаимодавцев. Таким образом, предварительная оценка рынка показала, что сегодня он находится в стадии становления и развития, но не занимает

существенной доли рынка. Поэтому ЦБ РФ предполагает пока ограничиться его мониторингом, не предполагая вмешательства и регулирования.

Ломбарды с осени 2014 года стали подпадать под регулирование ЦБ РФ, а с октября 2015 года регулятор устанавливает для них обязательную процентную ставку, которая не может быть превышена более, чем на треть. Теперь предельное значение полной стоимости займа с обеспечением в виде залога автомобиля составляет 102,3%, а в виде залога иного имущества (ювелирные украшения, драгоценные камни, шубы, бытовая техника, компьютеры и проч.) – 208,7%. Введение регулирования довольно быстро привело к изменениям на рынке: часть из более чем 8 тысяч ломбардов перешли в теневую зону, 10-15% игроков могут закрыться, для большинства остающихся неизбежностью стало снижение предельной стоимости займов на [32, с.38]. Так, по данным ЦБ РФ, рассматривается вопрос об исключении 366 ломбардов из ЕГРЮЛ, как не ведущих деятельности, а против 784 ломбардов инициирована процедура ликвидации в связи с непредставлением отчетности и неисполнением предписаний. Объем ломбардного рынка в последние годы растет быстрыми темпами, что характерно и для мировой практики в периоды экономических кризисов. Сегодня уже каждый десятый россиянин пользовался услугами ломбардов, при этом примерно 20% из них были безработными. В настоящее время готовится проект закона, обязывающего все ломбарды вступить в СРО. Пока же около 140 юридических лиц, имеющих примерно 700 ломбардов в различных регионах страны подписали хартию, согласно которой обязались выполнять требование регулятора и делиться друг с другом информацией о недобросовестных участниках. Согласно исследованию НАФИ, в ломбарды собирались обратиться по разным причинам 17% опрошенных россиян. При этом 5% из них уже были клиентами ранее [3, с. 39]. Портрет пользователя ломбардов весьма разнообразен: от пенсионеров до беженцев, однако большинство обращающихся составляют те, кто не хочет портить свою кредитную историю в банках. В первом квартале 2015 года 90% займов было выдано под залог ювелирных изделий.

Общество с ограниченной ответственностью Микрофинансовая организация «Домашние деньги» (далее по тексту – «Общество», «Компания») одна из крупнейших компаний быстрорастущего российского рынка микрофинансирования, входит в группу компаний Adela Financial Retail Group. Специализируется на предоставлении нецелевых микрозаймов физическим лицам. Компания действует на рынке с 2007 г., но период наиболее активного развития и региональной экспансии начался с 2010г. В июле 2015 года рейтинговое агентство «Эксперт РА» ООО «Домашние деньги» рейтинг кредитоспособности на уровне «А» высокий уровень кредитоспособности. Рейтинг надежности микрофинансовой организации находится на уровне «А+» очень высокий уровень надежности.

По итогам 2015 года доля портфеля компании в сегменте микрозаймов физическим лицам (без учета кредитов до зарплаты) составляет 22%. [12]. С начала своей деятельности Компания предоставила займов на общую сумму, превышающую 23 млрд. рублей, клиентская база на конец 2015 г. превысила 338 тыс. чел. Компания работает в субпрайм-сегменте заемщиков, для которых ограничен доступ к более дешевым кредитам банков (негативная кредитная история, низкие официальные доходы, отсутствие регистрации и т.д.). Целевая аудитория - клиенты с доходами ниже 30 тыс. руб. на семью, возраст - 25-55 лет. По данным компании, потенциальный объем клиентского сегмента - 78% взрослого населения или 85 млн. человек. Данные Росстата подтверждают оценки компании - 88% населения имеет среднедушевой доход не более 35 тыс. руб. Однако, на наш взгляд, не вся группа населения с такими доходами может быть отнесена к целевой аудитории МФО, поскольку не все они лишены доступа к банковским кредитам (например, если являются сотрудниками предприятий, на которых реализованы зарплатные проекты).

На текущий момент компания реализует 2 основные программы кредитования:

- «Стандартный» – при первом обращении клиента;
- «Клуб» - для повторных клиентов.

Заем оформляется у клиента на дому персональным менеджером (внештатный агент компании), затем этот же агент еженедельно контролирует сроки оплаты клиентом еженедельных аннуитетных платежей. Уровень одобрения заявок оставляет в среднем 20%. Агентская сеть на 31.12.2015 г. составляет 3 900 агентов. Мотивационная система построена таким образом, что около 80% вознаграждения агента зависит от объема сборов (платежей клиентов в погашение задолженности по выданным займам). Агент замотивирован в доскональной проверке платежеспособности клиента при оформлении займа, в том числе путем проведения «визуального скоринга». «Визуальный скоринг» при одобрении заявки на заем является окончательным: именно агент принимает окончательное решение о предоставлении займа.

На рынке кредитования населения непосредственно в торговых сетях (POS - кредитование) главным фактором сегодня является наличие фондирования. Поэтому преимущество возникает у госбанков и банков с активной поддержкой акционеров (например, «Ренессанс-кредит»). Поэтому в первой пятерке банков, работающих в этом направлении (Русский стандарт, ХКФ-банк, ОТП-банк, Альфа Банк, Ренессанс-кредит), могут появиться перестановки, а возможно и новые игроки (например, Почта Банк из группы ВТБ). Всего объем POS-кредитования за 2015 год составил около 200 млрд. рублей. ХКФ-банк, например, существенно нарастил долю выдач кредитов на товары еще в ходе предыдущего кризиса и еще более нарастил свою долю (более 30%), выдав за 2015 год более 75 млрд. рублей кредитов [32, с. 27-28]. Этот вид кредитования менее рисковый для банка (целевое использование, меньшая сумма, меньший срок) и с меньшей финансовой нагрузкой для граждан. В условиях снижения доходов размеры кредитов снижаются: средний чек колеблется от 18 до 24 тыс. рублей. Средний срок кредита по-прежнему около года. Руководство банка делает заявления о том, что намерено не только сохранить лидирующие позиции в этом сегменте, но и занять позицию номер один на рынке POS-онлайн кредитования, который пока еще в России никем не освоен. С этой целью планируется расширить сотрудничество как с

российскими игроками e-commerce «Юлмарт», «Эльдорадо», «Связной», так и с китайскими – Alibaba, JD.com.

Установление регулятором предельных ставок кредитования влияет на рынок POS-кредитов в сторону сжатия на уровне примерно 10%. В этих условиях и торговые сети, и производители готовы компенсировать банкам ставки по кредитам, а клиентам предоставлять рассрочку. Кроме того, ожидается упрощение порядка рассмотрения и одобрения заявок на POS-кредитование. Так, например, ХКФ-банк готов выдавать кредиты по всем чекам свыше 1500 руб. через SMS сообщения. Это становится возможным при большом количестве заемщиков и распределении риска.

2.4. Оценка рисков рынка потребительского кредитования

В связи с наличием данных рисков рынок небанковских кредитных учреждений находится под активным контролем Центрального банка. Ежегодно требования к данным институтам ужесточаются со стороны финансового регулятора.

Рынок сбора плохих долгов делится на два сегмента: цессии – портфель кредитов переходит на баланс коллектора, и аутсорсинга – когда портфель остается на балансе банка. Покупатели портфелей плохих кредитов также иногда собирают долги не сами, а отдают их на аутсорсинг. Иной портфель проходит через пять и более коллекторов, и тогда в нем остаются такие кредиты, по которым почти нет шансов что-либо получить. В общей сложности на рынке аутсорсинга плохих долгов в 2014 г. предлагалось портфелей более чем на 1,5 трлн руб., однако первичное размещение составило лишь 409 млрд руб., считают аналитики «Национальной службы взыскания» (НСВ).

За первые два месяца 2015 г. первичное предложение выросло по сравнению с январем – февралем 2014 г. на 28,1% и достигло 73 млрд руб.; в 2014 г. рост был 23,9%, сообщает НСВ. По данным другого крупнейшего коллектора, «Секвойя кредит консолидейшенс», общий рынок задолженности, переданной ко взысканию, за первые два месяца этого года вырос всего на

19,9% до 99,2 млрд руб. Несмотря на разные методики, годовые прогнозы двух крупнейших операторов рынка совпадают: по данным «Секвойи», ожидается рост на 35–40% против 29% в 2015 г. Рост обеспечивают прежде всего карточные кредиты: их доля в плохих долгах за год выросла с 31 до 51,5%, пишет НСВ.

Этот рост происходит на фоне неопределенности на рынке цессии: цены на портфели упали с 5–7% от номинала до 1,5–2,5%; банкиров это не устраивает, но коллекторы не готовы платить больше, так как обработка портфеля в среднем занимает 3–4 года. В августе 2015 года объем просрочки юридических лиц составил 1,8 трлн рублей, физ. лиц — 0,87 трлн рублей. Неудивительно, что в 2015 году банки выставляли на продажу, а коллекторы получали в работу гораздо больше долгов, чем раньше (рисунок 2.7).

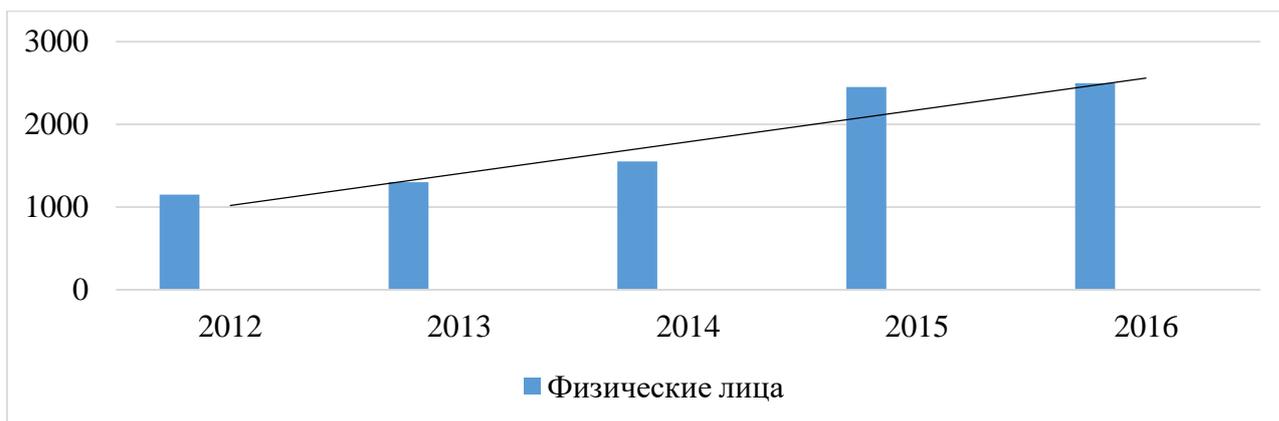


Рисунок 2.7 - Объем просроченной задолженности по банковским потребительским кредитам на 01.08.2016 г., млрд. руб.

Источник: составлено автором на основе [19]

В таблице 2.4 представлены данные о росте просроченной задолженности крупнейших российских банков.

Таблица 2.4

Рост просроченной задолженности в розничных банках

Банки	Кредиты населению 2015	Кредиты населению 2016	Просроченная задолженность 2015	Просроченная задолженность 2016	Доля просрочки 2015 %	Доля просрочки 2016 %
"Русский Стандарт"	222 457	171 562	37 567	64 892	16,9	37,8
"Ренессанс"	82 752	80 287	14 780	15 362	17,9	19,1

кредит"						
"Почта Банк"	50 612	69 397	6 917	12 643	13,7	18,2
"ХКФ Банк"	241 479	170 762	39 313	25 886	16,9	15,2
"Тинькофф Банк"	96 460	98 533	15 759	12 595	16,4	1,8
"Совкомбанк"	69 352	59 148	4 188	7 174	6	12,1
"ОТП Банк"	130 518	93 488	14 309	9 745	11	10,4
"Русфинанс Банк"	109 954	97 353	8 528	9 621	7,8	9,9
"ВТБ 24"	1 395 125	1 390 665	107 578	116 454	7,7	8,4
"Сетелем Банк"	99 157	96 613	3 523	4 856	3,6	5

Источник: составлено автором на основе [20]

Российским банкам все труднее избавляться от проблемных кредитов. Согласно данным Центробанка.

С января по май 2016 г. кредитные организации продали кредитов на 283,9 млрд рублей, что на 36,6% меньше, чем за аналогичный период 2015 г. Наибольшее сокращение продажи проблемных активов объемов. показал Банк Москвы. Этот банк продал в 2016 г. коллекторам долгов на 1,7 млрд рублей. В 2015 году объем проданного портфеля составлял 38,2 млрд рублей.

Банк «Открытие» сократил продажу долгов на 25,6 млрд рублей, ВТБ - на 22,2 млрд рублей.

На рынке аутсорсинга комиссия коллекторов довольно высока – в среднем от 14 до 17%. В 2015 г. на рынке аутсорсинга ставки для портфелей первого размещения составляли в среднем 8–25% в зависимости от возраста просрочки – менее 30 дней или свыше 365 дней, в 2015 г. ставки выросли до 11–30% соответственно. Доля завершенных сделок между кредитными организациями и коллекторскими агентствами составила свыше 30%, в то время как в предыдущем периоде показатель не превышал 20%. Работа с просроченной задолженностью осуществляется в несколько этапов: в зависимости от срока просрочки. На любой стадии взыскания и вне зависимости от срока просрочки «проблемный» клиент может быть передан в работу внешнего коллекторского агентства или на судебное взыскание.

Сумма платежей, поступивших в погашение задолженности по микрозаймам за отчетный период составила 9 366 млн. рублей (в 2015 году – 7 666 млн. рублей). По состоянию на 31 декабря 2016 года сумма платежей до наступления срока погашения микрозайма в соответствии с графиком платежей составляет 233 млн. рублей (на 31 декабря 2015 года -212 млн. рублей). Задолженность заемщиков по операциям предоставления микрозаймов физическим лицам на 31 декабря 2016 года составляет 9 183 млн. рублей, из них основной долг – 6 587 млн. рублей и проценты – 2 596 млн. рублей (на 31 декабря 2015 года – 6 838 млн. рублей, из них основной долг – 5 312 млн. рублей и проценты – 1 526 млн. рублей). Просроченная задолженность заемщиков по операциям предоставления микрозаймов физическим лицам на 31 декабря 2016 года составляет 6 168 млн. рублей, из них основной долг – 3 624 млн. рублей и проценты- 2 544 млн. рублей (на 31 декабря 2015 года – 3 508 млн. рублей, из них основной долг – 2 042 млн. рублей и проценты- 1 466 млн. рублей). На рисунке 2.8 возможно наглядно проследить динамику просроченной задолженности в кредитных портфелях банков, по данным ЦБР.



Рисунок 2.8 – Динамика просроченной задолженности в 2015-2016 гг.

Источник: составлено автором на основе [19]

Продажа просроченной задолженности дает банкам возможность расчистить баланс, снизить резервы. В тоже время, это позволяет повысить ликвидность, убрать издержки на сопровождение проблемных кредитов, что особенно важно в кризис, когда каждый бизнес стремится оптимизировать свои затраты.

На рисунке 2.9 представлена динамика долгов, выставленных банками на продажу за 2012-2016 гг.

Здесь важно провести грамотный анализ портфеля, чтобы корректно оценить целесообразность покупки и понимать перспективность и эффективность затраченных ресурсов.



Рисунок 2.9 - Долги портфеля потребительского кредитования выставленные банками на продажу, млрд. руб.

Источник: составлено автором на основе [43]

Таким образом, проведенный анализ показателей деятельности банковских и небанковских учреждений на рынке потребительского кредитования показал тенденцию на изменение тренда и незначительного роста объемов выданных кредитов. Основными видами банковских кредитных продуктов для населения являются: ипотека, автокредтование, овердрафт и кредит на текущие нужды. Лидером рынка остается ипотечное кредитование,

что обусловлено наличием твердого ликвидного обеспечения и государственной поддержки субсидирования процентной ставки.

Небанковские кредитные учреждения предлагают кредиты населению на текущие нужды. По сравнению с банковским, данный вид кредитования имеет значительно меньшие объемы кредитного лимита, предоставляемого клиенту, но значительно более высокую вероятность одобрения данного кредитного риска. Именно ужесточение требований банков к новым заемщикам повлияло на увеличение объема рынка небанковских учреждений.

ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

3.1. Основные проблемы и направления развития российского рынка потребительского кредитования

Рынок потребительского кредитования как сегмент финансового рынка представляет динамичную систему отношений взаимосвязанных субъектов (кредитора и заемщика), определяющих спрос и предложение на кредитные ресурсы (кредитный продукт), с учетом уровня конкуренции и цены этого продукта; также есть «экономическое пространство, где организуются отношения, обусловленные движением свободных денег между заемщиками и кредиторами на условиях возвратности и платности».

При этом под потребительским кредитом (кредитным продуктом) подразумевается ссуда, предоставленная кредитными организациями на покупку потребительских товаров, а также на оплату расходов личного характера или продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа. Основными участниками рынка потребительского кредитования являются банки, на которые приходится основная доля ссудной задолженности населения.

Перспективы развития потребительского кредитования в России довольно неоднозначны, с одной стороны он является наиболее удобной формой кредитования населения для приобретения товаров и услуг, однако в настоящий момент существуют достаточно весомые сдерживающие факторы, которые замедляют рост сегмента и даже могут вызвать общий кризис банковской системы за счет роста невозвращенных кредитов.

Банкам следует уделять больше внимания развитию скоринговых систем, с помощью которых банки оценивают потенциальные риски, связанные с выдачей кредитов. Для того, чтобы закрепиться на рынке и завоевать свою долю, банки стремились выдать как можно больше кредитов, а главным становится вопрос качества выдаваемых кредитов с точки зрения снижения рисков.

Можно выделить ряд столь же важных факторов, сдерживающих развитие российского рынка потребительского кредитования:

- наличие преимущественно краткосрочной структуры банковских пассивов, что не позволяет развивать долгосрочное кредитование физических лиц и не стимулирует спокойствие и постоянство как клиентов, так и кредитных организаций в участии в данных сделках;

- наличие так называемых «белых», «серых» и «черных» доходов физических лиц – потенциальных заемщиков, что не позволяет, с одной стороны, кредитным организациям с полной уверенностью судить о реальном финансовом состоянии потенциальных клиентов, а с другой стороны – самим физическим лицам в полной мере удовлетворять имеющиеся у них потребности;

- неоправданно высокий уровень процентных ставок, применяемых кредитными организациями, что делает заведомо невыгодным использование потребительских кредитов потенциальными клиентами со средним достатком.

Вместе с тем, в связи с экономическим кризисом и ужесточением требований банков к заемщикам, увеличивается число небанковских кредитных

учреждений, таких как ломбарды, микрофинансовые организации, лизинговые компании и прочие.

Стратегией развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 года доступ к источникам финансирования обозначен как одно из ключевых условий стабильного развития бизнеса. Для расширения доступности микрофинансовых услуг в настоящее время решаются задачи по обеспечению совершенствования деятельности таких организаций по следующим направлениям [35, с. 9-10]:

- увеличение размера микрозайма;
- выделение из общего массива микрофинансовых организаций, основной деятельностью которых является предоставление займов субъектам малого и среднего предпринимательства (микрофинансовые организации предпринимательского финансирования);
- создание условий для эффективного взаимодействия микрофинансовых организаций с заемщиками, органами государственной власти, Банком России и соответствующими институтами поддержки.

Банком России в Основных направлениях развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка РФ на период 2016-2018 годов дальнейшее развитие рынка микрофинансирования обозначено в качестве задачи, обусловленной, прежде всего, наличием достаточно высокого спроса на микрофинансирование со стороны малого и среднего бизнеса.

Таким образом, в области потребительского кредитования существует ряд неразрешенных проблем. Эти проблемы связаны с недостаточностью нормативной базы, отсутствием необходимой правоприменительной практики, а также невысокой пока культурой потребительского кредитования населения.

3.2. Обоснование внедрения эконометрической модели прогнозирования объемов потребительского кредитования и ее влияние на дальнейшее развитие рынка

Прогнозирование в условиях высокой конкуренции банковских учреждений является объективной необходимостью, которая обусловлена как характером предлагаемых банками услуг, так и осложнением рыночных взаимосвязей вообще.

Современное отношение к прогнозированию выходит за пределы «предсказания» как категории, выражающей информационный образ будущего, и рассматривается как программная разработка многовариантных моделей развития объекта управления.

Прогнозирование объемов потребительского кредитования направлено не на безусловный прогноз, а на содействие оптимизации кредитной политики банка относительно обслуживания населения и координации системы управления этими процессами.

В данной работе объектом управления выступает потребительское кредитование банковским учреждением ПАО «Сбербанк».

Исследование объекта управления обусловлено выявлением определенных недостатков в механизме его функционирования. Это связано с тем, что механизм кредитования хоть и является достаточно комплексным, однако, имеет свои недостатки.

Недостатком можно назвать отсутствие действенного методического инструментария, который позволял бы проводить оценку воздействия на процесс потребительского кредитования различных факторов окружающей среды и делать прогноз на следующие периоды.

Разработка такого методического инструментария невозможна без внедрения эконометрической модели прогнозирования объемов кредитования населения. Для получения действенного методического инструментария необходимо учитывать специфику будущей эконометрической модели.

Особое место в экономико-математическом моделировании занимает постановка цели, так как она определяет состав и количественную характеристику основных элементов системы и их взаимосвязи.

Цель построения экономико-математической модели потребительского кредитования банка ПАО «Сбербанк» - получение эффективного инструмента его прогнозирования и учета влияния внешних факторов.

Для усовершенствования методики потребительского кредитования на основе экономико-математического моделирования целесообразно разработать соответствующий алгоритм действий (Приложение 5).

Из рисунка в Приложении 5 видно, что для внедрения многофакторной эконометрической модели, прежде всего, необходимо провести выбор модели анализа.

Следует отметить, что сама модель может быть рассчитана как на количественный прогноз абсолютного стоимостного значения потребительского кредитования, так и получение модели динамики его физического развития.

В зависимости от поставленной цели можно выделить следующие возможные модели анализа прогнозирования потребительского кредитования (таблица 3.1).

Таблица 3.1

Модели анализа и прогнозирования потребительского кредитования

Модели прогнозирования потребительского кредитования	Назначение	Содержание	Особенности использования
1. Структурные статистические модели потребительского кредитования	Позволяют анализировать емкость рынка потребительского кредитования с учетом дифференциации населения по доходам	Выясняют емкость рынка потребительского кредитования как функцию распределения потребителей по уровню доходов	Эффективны в условиях значительной дифференциации заемщиков
2. Функциональные модели склонности к потребительскому кредитованию	Позволяют провести Функциональный анализ потребительского кредитования, то есть выявить зависимость между объемами	Модель зависимости объемов кредитования от доходов населения; Многофакторные корреляционные	В функциональных моделях используются статистические данные по объемам кредитования, доходов и др. информация

	кредитования от одного или нескольких факторов одновременно	модели потребительского кредитования	
3. Динамические модели склонности к потребительскому кредитованию	При оценке перспективных объемов потребительского кредитования, учитывается изменение факторов, влияющих на нее во времени	В модели рядом с другими включается фактор времени (тенденция)	Динамические модели не учитывают дифференциацию заемщиков. Качество данных тесно зависит от устойчивости выявленных тенденций во времени

Источник: разработано и составлено автором на основе [39]

Эконометрическая модель прогнозирования объемов потребительского кредитования банковским учреждением характеризуется следующими признаками:

- она носит признаки макромоделей, поскольку на состояние кредитования банковского учреждения сильно влияет экономическое состояние страны, что должно найти отражение в разработанной модели;

- данная модель является прикладной, ибо целью ее разработки является прогнозирование будущих результатов потребительского кредитования банком с учетом влияния различных факторов. Модель можно считать прикладной еще и потому, что показатели, которые оцениваются, берут из соответствующих отчетных источников;

- модель имеет динамический характер, так как должна рассматриваться на несколько лет;

- данная модель является стохастической, так как предполагает наличие случайных воздействий на исследуемые показатели, и имеет вид:

$$Y = f(x_1, x_2, x_3) \quad (3.1)$$

где Y - результат, зависимая переменная;

x_1, x_2, x_3 - факторы, независимые переменные;

f - составляющая, которая показывает анализируемую связь.

То есть, эконометрическая модель условно имеет вид: Объем потребительского кредитования = f (фактор 1, фактор 2, ..., фактор n).

Для дальнейшей разработки методического инструментария прогнозирования объемов потребительского кредитования необходимо выявить и обосновать:

- количество факторов, которые целесообразно учитывать при построении эконометрической модели;
- силу влияния этих факторов на результирующий показатель (объем потребительского кредитования);
- силу влияния этих факторов друг на друга;
- провести прогнозирование объемов потребительского кредитования банковского учреждения построив эконометрическую модель;
- оценить результаты потребительского кредитования на предстоящие два года;
- на основе сформированного прогноза дать рекомендации относительно возможного совершенствования механизма управления потребительским кредитованием в банке.

В нашем случае целесообразно будет оценить как минимум два фактора влияния на результирующий показатель, ведь это позволит составить более точную эконометрическую модель, которая будет предоставлять более вероятный прогноз на будущее.

Сила влияния факторов на результирующий показатель оценивается с помощью расчета таких показателей как выборочные парные коэффициенты корреляции и выборочные частные коэффициенты корреляции.

Выборочные парные коэффициенты корреляции вычисляют по формулам:

$$r_{y1} = \frac{\overline{x_1 Y} - \overline{x_1} \overline{Y}}{s_y s_1},$$

(3.2)

$$r_{y2} = \frac{\overline{x_2 Y} - \overline{x_2} \overline{Y}}{s_y s_2}, \quad (3.3)$$

$$r_{12} = \frac{\overline{x_1 x_2} - \bar{x}_1 \bar{x}_2}{s_1 s_2}, \quad (3.4)$$

где \bar{Y} - среднее значение результирующего показателя;

\bar{x}_1, \bar{x}_2 - средние значения факторных показателей;

s_1, s_2, s_y - выборочные средние квадратичные отклонения.

То есть, для расчета выборочных парных коэффициентов корреляции необходимо определить выборочные среднеквадратичные отклонения.

Выборочные среднеквадратичные отклонения рассчитываются по формулам:

$$s_1 = \sqrt{\overline{x_1^2} - \bar{x}_1^2}, \quad (3.5)$$

$$s_2 = \sqrt{\overline{x_2^2} - \bar{x}_2^2}, \quad (3.6)$$

$$s_y = \sqrt{\overline{Y^2} - \bar{Y}^2}. \quad (3.7)$$

Расчета парных коэффициентов корреляции позволяет оценить параметры модели через коэффициенты корреляции: сначала оценить тесноту связи между каждой парой переменных, а затем найти оценки параметров эконометрической модели.

Выборочные частные коэффициенты корреляции определяются по формулам:

$$r_{y1.2} = \frac{r_{y1} - r_{y2} r_{12}}{\sqrt{(1 - r_{y2}^2)(1 - r_{12}^2)}}, \quad (3.8)$$

$$r_{y2.1} = \frac{r_{y2} - r_{y1} r_{21}}{\sqrt{(1 - r_{y1}^2)(1 - r_{21}^2)}}. \quad (3.9)$$

Частичные коэффициенты корреляции, также, как и парные, характеризуют тесноту связи между двумя переменными. Но в отличие от парных частные коэффициенты характеризуют тесноту связи при условии, что другие независимые переменные слабые.

Индекс корреляции указывает на плотность зависимости между переменными. Значение r колеблется в пределах от - 1 до +1. Положительное

значение соответствует прямой связи между признаками, а отрицательное - обратной. Оценивают плотность связи по схеме (таблица 3.2).

Таблица 3.2

Шкала оценки линейного коэффициента корреляции

Связь	Линейный коэффициент корреляции	
	Прямая связь	Обратная связь
Слабая	0,1 ... 0,3	-0,1 ... -0,3
Средняя	0,3 ... 0,7	-0,3 ... -0,7
Плотная	0,7 ... 0,99	-0,7 ... -0,99

Источник: составлено автором на основе[48]

После оценки значимости связей между выбранными факторами можно начинать строить эконометрическую модель.

Строя эконометрическую модель целесообразно основываться на линейной форме зависимости, а именно, строить множественную модель линейной зависимости уровня потребления данной услуги одновременно от двух факторов. Общий вид модели таков:

$$Y^* = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + u.$$

Данная модель имеет две независимые переменные ($m = 2$), для определения ее параметров (частичных коэффициентов регрессии) по методу МНК необходимо решить систему трех ($m + 1 = 2 + 1 = 3$) нормальных уравнений с тремя неизвестными – b_0, b_1, b_2 :

$$\begin{cases} \sum y = nb_0 + b_1 \sum x_1 + b_2 \sum x_2; \\ \sum yx_1 = b_0 \sum x_1 + b_1 \sum x_1^2 + b_2 \sum x_1x_2; \\ \sum yx_2 = b_0 \sum x_2 + b_1 \sum x_1x_2 + b_2 \sum x_2^2. \end{cases} \quad (3.10)$$

После обнаружения неизвестных b_0, b_1, b_2 и формирования уравнения регрессии предоставляется возможность проводить прогнозирования на последующие периоды.

Из рисунка в Приложении 5 видно, что если прогнозируется повышение объемов потребительского кредитования, то целесообразно:

- проводить мероприятия по минимизации рисков при кредитовании;
- осуществлять повышение эффективности обслуживания населения путем сокращения времени принятия решений о выдаче кредита.

В случае, когда прогнозируется снижение объемов потребительского кредитования, то необходимо принять решение относительно разработки мероприятий по повышению объемов кредитования на потребительские нужды.

Мероприятиями по повышению объемов кредитования являются:

- формирование конкурентоспособных программ кредитования (для чего необходимо исследовать рынок услуг, выявить слабые стороны в своих предложениях и др.);

- выявление уровня осведомленности потенциальных клиентов с предложениями банка по потребительскому кредитованию;

- проведение рекламных компаний для повышения осведомленности потенциальных клиентов относительно предлагаемых услуг и др.

Апробацию предложенного алгоритма по совершенствованию методических основ банковского потребительского кредитования проведем на примере ПАО «Сбербанк».

Первым этапом внедрения эконометрической модели прогнозирования является определение факторов влияния на объемы потребительского кредитования, ведь его объемы и темпы роста зависят от целого комплекса факторов, под воздействием которых он формируется. Эти факторы по их содержанию условно можно разделить на экономические, организационно - технические, социальные и другие. Из основных экономических факторов, которые влияют на объем потребительского кредитования банка, можно выделить внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные) факторы, их еще можно назвать независимыми и зависимыми от работы банка.

К внешним факторам можно отнести следующие:

- состояние платежеспособного спроса населения;
- изменение потребительских цен на товары и услуги;
- уровень конкуренции по данной услуге (кредиту, который выдается на потребительские цели) в регионе (стране, области, городе);

- размер ключевой ставки, с помощью которой ЦБ РФ регулирует стоимость кредитной продукции коммерческих банков и денежный оборот в стране;

- другие внешние факторы.

К внутренним экономическим факторам, которые влияют на объем потребительского кредитования можно отнести:

- эффективность политики банка в области потребительского кредитования населения;

- укомплектованность штатов банковского учреждения соответствующими специалистами;

- наличие средств на рекламу программ по потребительскому кредитованию населения.

Важным является такой фактор, как цена услуги, в данном случае ее отражает процентная ставка, под которую предоставляются потребительские кредиты. Процентная ставка кредитования имеет прямую зависимость от ключевой ЦБ, которая регулирует состояние кредитования вообще в стране. Учет этой ставки при построении эконометрической модели, является целесообразным мероприятием в том случае, если модель макроэкономическая, то есть, если ставится цель определить будущие объемы кредитования не по конкретным банковским учреждениям, а по стране в целом. Однако, целью настоящей работы является исследование будущих объемов потребительского кредитования банка ПАО «Сбербанк», на которые, учитывая высокую конкуренцию между отечественными банками в сфере потребительского кредитования, скорее влияют субъективные факторы психологического характера (имидж банка, отношение клиентов, разрекламированность услуг), чем зависимость от ключевой ставки.

К внутренним можно отнести факторы организационно - технического характера: организационно-технический и технологический уровень обслуживания населения; количество точек продаж данной услуги на

определенной территории (наличие развитой сети банковского учреждения); состояние менеджмента, маркетинга, уровень коммерческой работы.

Социальными и другими факторами, которые влияют на потребительское кредитование населения, можно назвать: численность и состав населения; денежные доходы и сбережения; бытовые особенности, традиции, мода, морально-психологические и другие факторы.

Учет вышеуказанных факторов является важным для прогнозирования будущих объемов потребительского кредитования населения, однако, учесть влияние некоторых социальных факторов (влияние моды, морально-психологических особенностей потребителей) или определить влияние технологического уровня обслуживания населения на объем кредитования достаточно сложно. Зато учет экономических факторов, таких как: платежеспособность населения и уровень инфляции являются достаточно обоснованным мероприятием, и позволит получить макроэкономическую модель прогнозирования возможных объемов потребительского кредитования населения.

При выборе факторов влияния на состояние потребительского кредитования ПАО «Сбербанк» целесообразно также учитывать мотивы потенциальных заемщиков. Главным побудительным мотивом, толкающим людей на пользование потребительским кредитом, является потребность в предметах потребления и услугах, которая возникает при недостатке собственных сбережений и текущих доходов. Основными потребителями кредита выступают или люди с низкими доходами, или люди, которые надеются на увеличение своих доходов.

Кроме учета рациональных мотивов использования потребительского кредита домохозяйствами для увеличения текущего потребления, ряд экономистов определяет и иррациональные мотивы, вызываемые недостаточной силой воли, быстротечностью жизни и неуверенностью в завтрашнем дне. Влияние данных факторов нельзя недооценивать, хотя их

значение в побуждении к увеличению потребления за счет будущих доходов незначительное.

Таким образом, отбор факторов, определяющих динамику объемов потребительского кредитования, в условиях использования экономико-математических моделей имеет определенные особенности. С аналитической точки зрения существует система факторов, которая находится в причинно-следственной связи с объемами кредитования. Но с математической точки зрения не все из них могут быть адекватно учтены в модели.

При построении эконометрической модели, основываясь на вышесказанном, целесообразно выявить влияние таких факторов как:

- среднемесячные доходы населения, ведь этот фактор вполне описывает рациональные мотивы использования кредитов потенциальными клиентами;

- индекс потребительских цен - характеризует определенным образом инфляционные процессы в стране и ожидания потребителей, которые могут быть как оптимистичными, так и пессимистичными.

Построение предложенной эконометрической модели для прогнозирования объемов потребительского кредитования ПАО «Сбербанк» позволяет сделать определенные обобщения:

- все факторы и их комбинации имеют тесную корреляционную связь;
- все четные и множественные модели адекватны изучаемому процессу;
- парные модели описывают действие каждого фактора на показатель в отдельности.

Построение такой модели позволит кредиторам банковского учреждения:

- выявить количественные влияния изменений факторов на величину потребительского кредитования;

- предусмотреть изменение объемов потребительского кредитования;
- формировать более эффективную кредитную политику, с точки зрения конечных результатов кредитной деятельности.

Данные для оценки зависимости объемов потребительского кредитования от выделенных факторов и построения эконометрической модели приведены в табл. 3.3

Таблица 3.3

Зависимость объемов потребительского кредитования от внешних факторов

Период	Объем потребительского кредитования банка, тыс. руб. (Y)	Среднемесячные доходы населения, руб., (X ₁)	Индекс потребительских цен, (X ₂)
01.01.2011	323128	9672	8,5
01.01.2012	354121	12492	8,4
01.01.2013	391345	16212	12
01.01.2014	441241	21672	10,25
01.01.2015	587304	22872	7,75
01.01.2016	463734	26868	7,75
01.01.2017	1027947	31596	7,75

Источник: рассчитано и составлено автором на основе [23]

Проведем необходимые расчеты для выявления связей в модели (формулы 3.5 - 3.7)

$$s_1 = \sqrt{3199828.57 - 1683.14^2} = 605.69,$$

$$s_2 = \sqrt{12683.64 - 112.50^2} = 5.23,$$

$$s_Y = \sqrt{31347259487.43 - 512688.57^2} = 224995.65.$$

Определим парные коэффициенты корреляции (формулы 3.2 - 3.4):

$$r_{y1} = \frac{97413653871 - 512688.57 \cdot 1683.14}{224995.61 \cdot 605.69} = 0.8160,$$

$$r_{y2} = \frac{57001756.0 - 512688.57 \cdot 112.50}{224995.61 \cdot 5.23} = -0.5738,$$

$$r_{12} = \frac{18209.57 - 1683.14 \cdot 112.50}{605.69 \cdot 5.23} = -0.3609.$$

Определим частичные парные коэффициенты корреляции (формулы 3.8 - 3.9):

$$r_{y1.2} = \frac{0.8160 - (-0.5738) \cdot (-0.3609)}{\sqrt{(1 - (0.5738)^2)(1 - (-0.3609)^2)}} = 0.7973,$$

$$r_{y2.1} = \frac{-0.5738 - 0.8160 \cdot (-0.3609)}{\sqrt{(1 - 0.8160^2)(1 - (-0.3609)^2)}} = -0.5182.$$

Проведем анализ системы «факторы». Для этого проверим значимость парного коэффициента корреляции $r_{12} = - 0,3609$. Из таблицы находим $r_{кр} = 0,632$. Поскольку $r_{12} < r_{кр}$, то корреляция между факторами не является существенной, что повышает точность эконометрической модели.

Систему «показатель-факторы» будем характеризовать выборочными частичными коэффициентами корреляции $r_{y1,2} = 0,7973$ и $r_{y21} = - 0,5182$. Из таблицы 3.2 можно увидеть, что влияние доходов населения (X_1) на объем потребительского кредитования является сильным, а влияние индекса потребительских цен (X_2) - средним.

Факторный анализ множественных связей показывает, что наибольшее влияние на объем кредитования физических лиц банковского учреждения имеет уровень доходов населения. При этом влияние этого фактора является прямым и сильным. То есть, при росте доходов населения объем потребительского кредитования увеличивается, и, наоборот, при снижении официальных доходов объемов потребительского кредитования снижается. Обнаруженная тенденция не противоречит модели поведения потребителей в условиях рыночной экономики, ведь, как указывалось выше, повышение доходов населения формирует оптимистичные ожидания относительно будущих изменений, поэтому потенциальные заемщики не имеют страха что не рассчитаются по своим долгам, соответственно, объемы потребления возрастают.

Влияние второго фактора является средним и обратным. То есть, при росте индекса потребительских цен объемы кредитования населения сокращаются, и, наоборот, при снижении этого показателя - увеличиваются. Так, при повышении инфляции на потребительские товары у населения формируются пессимистические настроения, уровень потребления сокращается из-за ограниченности ресурсов.

После определения связей модели целесообразно составить самую эконометрическую модель, с использованием которой будет проводиться прогнозирование (формула 3.10). Она будет выглядеть:

$$\begin{cases} 3588820 = 7b_0 + 11782b_1 + 787.50b_2, \\ 6818955771 = 11782b_0 + 22398800b_1 + 1317467b_2, \\ 39901229680 = 787.50b_0 + 1317467b_1 + 88785.49b_2. \end{cases}$$

Решив систему уравнений, получим следующие данные:

$$b_0 = 952465,94,$$

$$b_1 = 28,50,$$

$$b_2 = -8105,77$$

Таким образом, эконометрическая модель прогнозирования будет выглядеть:

$$Y^* = 952465,94 + 28,50x_1 - 8105,77x_2.$$

Для проверки верности проведенных расчетов составим таблицу 3.4.

Таблица 3.4

Расчетная таблица проверки правильности расчета эконометрической модели
потребительского кредитования

Период	Объем потребительского кредитования банка, тыс. руб. (Y)	Среднемесячные доходы населения, руб., (X ₁)	Индекс потребительских цен, (X ₂)	Y*
01.01.2011	323128	9672	112,30	268271,19
01.01.2012	354121	12492	110,30	350400,23
01.01.2013	391345	16212	116,60	386288,89
01.01.2014	441241	21672	122,30	467713,51
01.01.2015	587304	22872	112,30	576821,19
01.01.2016	463734	26868	109,10	696166,15
01.01.2017	1027947	31596	104,60	843159,11
Всего	3588820,00	-	787,50	3588820,00

Источник: составлено автором на основе [23]

Поскольку сумма $Y^* = Y$, то это свидетельствует о правильном расчете данных приведенных в таблице 3.4.

Проведем прогнозирование объема потребительского кредитования ПАО «Сбербанк» по состоянию на 01.01.2018 и 01.01.2019 года (то есть на два периода вперед).

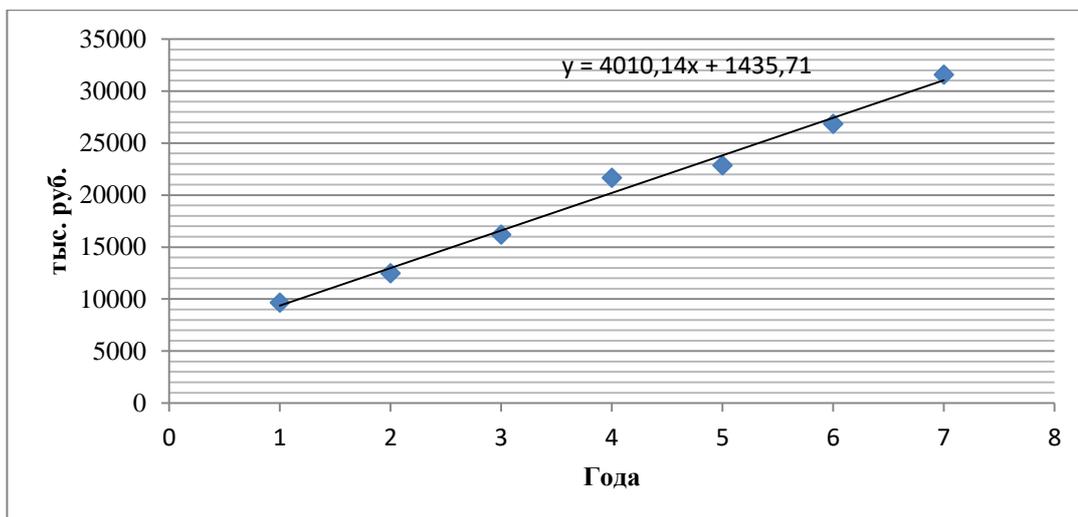


Рисунок 3.1- Прогнозирование среднемесячных доходов на следующие периоды

Источник: составлено автором на основе [23]

Из рисунка 3.1 можно увидеть, что по прогнозам на будущие периоды среднемесячные доходы населения будут расти, что будет свидетельствовать об оживлении потребительских ожиданий, и положительно отразится на объемах потребительского кредитования банковского учреждения.

Исследуем с помощью рисунка 3.2 динамику индекса потребительских цен на будущие периоды.

Отсюда, получим прогнозные значения объемов потребительского кредитования банка на два года вперед, используя прогнозные значения факторных показателей и подставляя их в эконометрическую модель.

Для этого необходимо спрогнозировать объемы среднемесячных доходов населения и темп роста потребительских цен от фактора времени. Обнаружим зависимость каждого из факторов и с помощью полученных уравнений регрессии спрогнозируем эти показатели на следующий период.

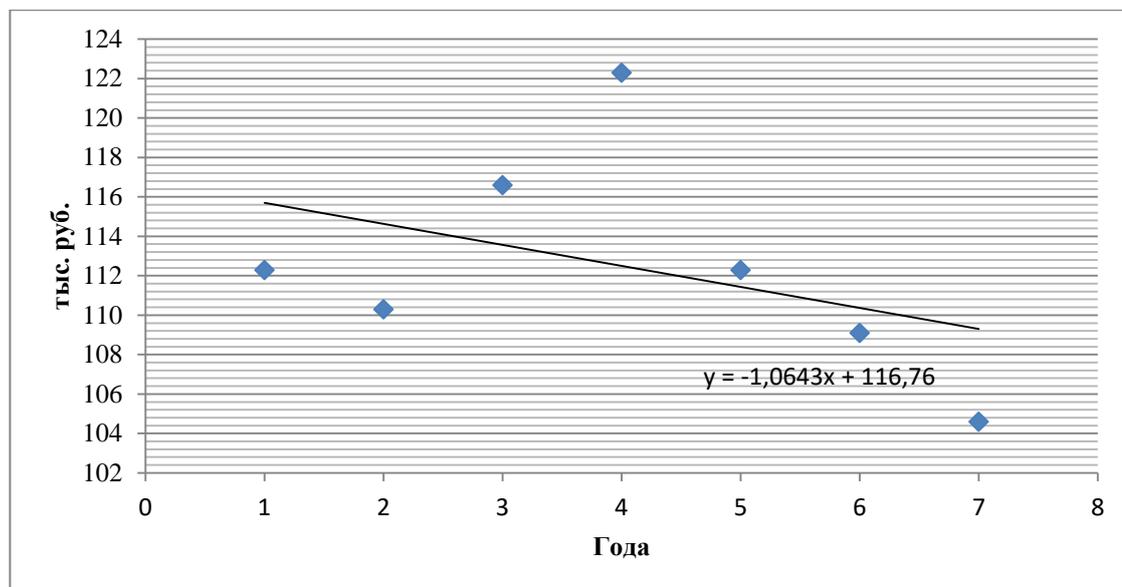


Рисунок 3.2 - Прогнозирование динамики индекса потребительских цен на будущие периоды

Источник: составлено автором на основе [23]

Расчеты прогнозов приведены в таблице 3.5.

Таблица 3.5

Прогнозирование объема потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк» до 01.01.2019 года

Период	Объем потребительского кредитования банка, тыс. руб. (Y)	Среднемесячные доходы населения, руб., (X ₁)	Индекс потребительских цен, (X ₂)	Y*
01.01.2011	323128	9672	112,30	268271,19
01.01.2012	354121	12492	110,30	350400,23
01.01.2013	391345	16212	116,60	386288,89
01.01.2014	441241	21672	122,30	467713,51
01.01.2015	587304	22872	112,30	576821,19
01.01.2016	463734	26868	109,10	696166,15
01.01.2017	1027947	31596	104,60	843159,11
01.01.2018		33517	108,30	1029845,55
01.01.2019		37527	107,20	1153046,90

Источник: составлено автором на основе [23]

Прогнозные значения объема среднемесячных доходов составят:

– по состоянию на 01.01.2018 год

$$Y_{01012016} = 4010,14 * 8 + 1435,71 = 33517 \text{ (руб.)}$$

– по состоянию на 01.01.2019 год

$$Y_{01012017} = 4010,14 * 9 + 1435,71 = 3188,83 \text{ (руб.)}$$

Прогнозные значения индекса потребительских цен составят:

- по состоянию на 01.01.2018 год
 $Y_{01.01.2016} = -1,0643 * 8 + 116,76 = 108,30$,
- по состоянию на 01.01.2019 год
 $Y_{01.01.2017} = -1,0643 * 9 + 116,76 = 107,20$.

Прогнозные объемы потребительского кредитования банка составят:

- по состоянию на 01.01.2018 год
 $Y_{01.01.2016}^* = 952465,94 + 28,50 * 37527 - 8105,77 * 107,20 = 1029845,55$
 (руб).

- по состоянию на 01.01.2019 год
 $Y_{01.01.2017}^* = 952465,94 + 28,50 * 33517 - 8105,77 * 108,30 = 1153046,9$ (руб).

Подробнее исследуем динамику объемов потребительского кредитования на прогнозируемый период с помощью рисунка 3.3.

Из рисунка 3.3 видно, что прогнозируется увеличение объемов потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк». Такая ситуация положительно сказывается на финансовых результатах деятельности банковского учреждения. Полученные результаты анализа, которые указывают на повышение доходов населения и снижение инфляционных процессов свидетельствуют о вероятной стабилизации экономических процессов, и, как результат, - снижение рисков деятельности банковского учреждения.

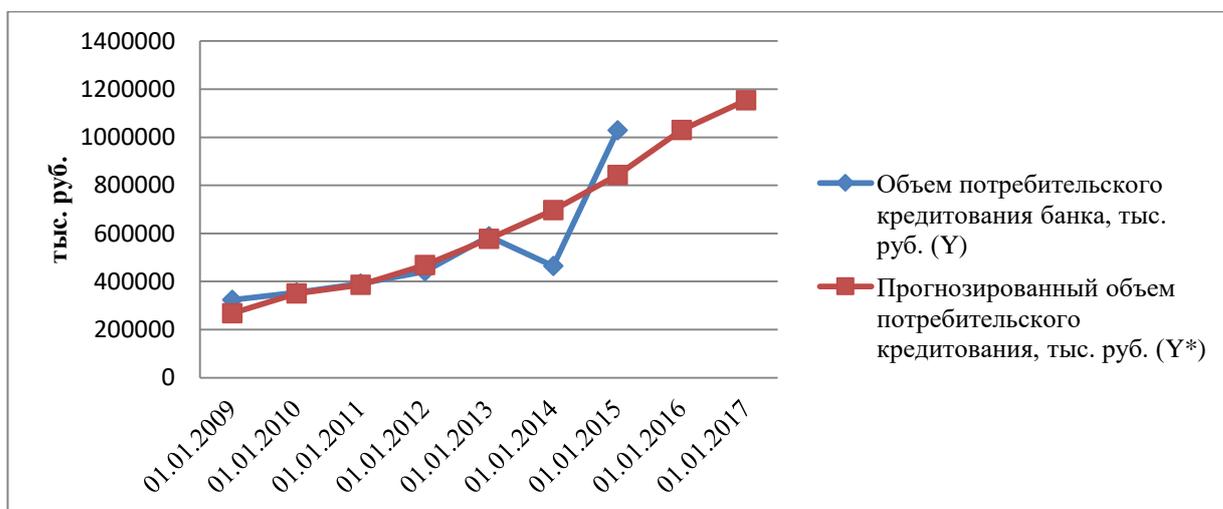


Рисунок 3.3 - Динамика объемов потребительского кредитования по состоянию на 01.01.2011 - 01.01.2017 и прогноз на 01.01.2017 - 01.01.2019 гг.

Источник: составлено автором на основе [23]

Таким образом, в ходе разработки методических основ потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк» путем внедрения многофакторной эконометрической модели было выявлено повышение объемов кредитования населения на потребительские нужды на два последующих года.

Совершенствуя методический инструментарий кредитования населения на потребительские нужды, было предложено использовать соответствующий алгоритм действий, основанный на внедрении и использовании многофакторной эконометрической модели. Целью разработки эконометрической модели является получение возможности прогнозирования объемов потребительского кредитования на следующие периоды и учета влияния внешних факторов.

В результате выявления факторов влияния на объемы потребительского кредитования, было предложено двухфакторную эконометрическую модель, которая учитывает влияние на результирующий показатель изменения среднемесячного дохода населения и индекса потребительских цен. Включение этих факторов в экономико-математическую модель объясняется тем, что они полностью описывают как рациональные мотивы использования кредитов потенциальными клиентами, так и характеризуют ожидания потребителей. Исследование влияния этих факторов на эконометрическую модель подтвердило их значительное влияние на состояние потребительского кредитования.

Прогнозирование объемов потребительского кредитования в ПАО «Сбербанк» свидетельствует о целесообразности дальнейшего роста кредитования банком населения.

Предложенная методика кредитования населения на потребительские нужды предоставляет возможность комплексного управления на всех стадиях кредитного процесса и гибкого реагирования на внешнюю ситуацию благодаря учету влиятельных факторов и определения будущих тенденций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рынок потребительского кредитования является той отраслью экономики, которая неразрывно объединяет саму систему финансового рынка и его участников: путём сокращения интервала между возникающим и растущим спросом и предложением. Рынок потребительского кредитования представлен такими крупными участниками как банки, которые в свою очередь также имеют свою специфику на рынке потребительского кредитования, так и небанковскими кредитными организациями, такими как микрофинансовые организации, ломбарды, потребительские кооперативы, торговые организации. Каждый из указанных участников имеет свои особенности функционирования, законодательную базу, а также определённую целевую аудиторию среди пользователей продуктами рынка потребительского кредитования.

В связи с развитием данного направления, а также с меняющейся экономической и социальной ситуацией, появились и проблемы в области потребительского кредитования. Ранее, деятельность участников в сфере потребительского кредитования существенно усложнялась тем фактом, что не было четко работающей и отрегулированной системы контроля потребительской кредитной истории, которая с успехом работает в большинстве западных стран, но именно это и дало толчок к развитию законодательной базы и регулирования рынка.

Целью работы являлся анализ функционирования и выявление основных проблем и тенденций развития рынка потребительского кредитования, в связи с чем была отобрана соответствующая база источников, которая была обработана в соответствии с поставленными задачами.

Для начала, были рассмотрены уже существующие понятия рынка потребительского кредитования, предложенные учёными. На основе

систематизации и критического анализа этих понятий в было дополнено и уточнено понятие рынка потребительского кредитования, под которым считаем целесообразным понимать совокупность экономических отношений, возникающих между кредиторами (банковскими и небанковскими институтами) и заёмщиками – физическими лицами, использующими кредитные ресурсы для удовлетворения нужд личного потребления.

Данные ресурсы представляют собой различные виды, методы и формы кредитования, которые также были рассмотрены в работе. Подробно выделена инфраструктура рынка: рассмотрены крупнейшие игроки на рынке, а также их доля в общем объёме рынка.

В работе, основным направлением исследования было выявление проблем и тенденции развития рынка потребительского кредитования. С этой целью был проведён анализ текущего состояния рынка, а именно главного риска на рынке: роста доли просроченной задолженности. В связи с ростом объёма рынка потребительского кредитования, и одновременно, с меняющейся социально-экономической ситуацией, был отмечен рост просроченной задолженности.

Что же касается дальнейшей тенденции развития рынка потребительского кредитования, то на основе построения эконометрической модели в работе была выделена тенденция изменения объёма потребительского кредитования, в зависимости от определённых значимых факторов: среднемесячных доходов населения и индекса потребительских цен. Был выстроен и предложен методический инструментарий, позволяющий проводить оценку воздействия различных факторов на процесс потребительского кредитования, а также возможность сделать прогноз на следующие периоды. С помощью внедрения эконометрической модели прогнозирования объёмов потребительского кредитования населения, на примере ПАО «Сбербанк» был предложен алгоритм действий, который позволил сделать определённые обобщения: наибольшее влияние на объём потребительского кредитования оказывает уровень доходов населения. То есть, при росте доходов населения,

объём потребительского кредитования будет увеличиваться, и наоборот, повышение доходов населения формирует оптимистичные ожидания, и как следствие, возрастание спроса на рынке.

Данный алгоритм действий может быть использован для многовариантных моделей управления, а именно при прогнозировании объёмов потребительского кредитования, и, как следствие – оптимизации кредитной политики кредитных учреждений – участников рынка потребительского кредитования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аглицкий И.С., Сиротина И.Н. Теоретико-игровой подход к проблеме потребительского кредитования в России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность - 2015. - № 43. - С. 40-47.
2. Алексеева Д.Г. Банковское право: учеб. пособ. / Д.Г. Алексеева, С.В. Пыхтин, Е.Г. Хоменко. – М.: Юристъ, 2011. – 736 с.
3. Алиев Б.Х. Ломбард как инструмент развития потребительского кредитования населения в регионе // Финансы и кредит, 2014.- №44.-С. 37-41.
4. Алпатов Г.Е. Деньги. Кредит. Банки / Г.Е. Алпатов, Ю.В. Базулин и др. / Под ред. В.В. Иванова, Б.И. Соколова. – М.: Проспект, ТК-Велби, 2011. – 624 с.
5. Банк России: Обзор банковского сектора РФ» №114 январь 2014 г.
6. Банковский сектор по итогам 2016: укрепление позиций: Исследование рынка.- М.: НАФИ, 2017.- 115 с.
7. Ващекина И.В. Структурная эволюция современных банковских систем: преимущества и недостатки в условиях экономического кризиса / И.В. Ващекина // Вестник РГТЭУ. – 2012. – № 1. – С. 24.
8. Ващекина И.В. Эволюция национальной банковской системы в свете проблем самоорганизации: монография / И.В. Ващекина. – М.: Изд-во РГТЭУ, 2012. – 127 с.
9. Галанов В.А. Основы банковского дела / В.А. Галанов. – М.: Форум, 2010. – 288 с.
10. Герасимова Е.Б., Унанян И.Р., Тишина Л.С. Банковские операции / Е.Б.

- Герасимова, И.Р. Унанян, Л.С. Тишина. – Москва: Форум, 2011. – 272 с.
11. Годовой отчет АО Газпромбанк за 2016 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:
http://www.gazprombank.ru/upload/iblock/494/GPB_AR16_RUS.pdf (дата обращения: 15.10.2017).
 12. Годовой отчет ООО «Домашние деньги» за 2016 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:
<http://www.homecash.ru/upload/iblock/f08/f08853ed7a24caaac0195e47aa69fa8c.pdf> (дата обращение 20.10.2017).
 13. Годовой отчет ПАО Сбербанк России за 2016 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/annual-reports> (дата обращения 15.09.2017).
 14. Государственный реестр микрофинансовых организаций [Электронный ресурс]: Служба банка России по финансовым рынкам. Режим доступа: https://www.cbr.ru/sbrfr/archive/fsfr/ffms/ru/contributors/microfinance_org/state_register_microfinance_org/index.html (дата обращения 14.12 2017).
 15. Гражданский кодекс РФ № 14-ФЗ от 26.01.1996., в редакции от 17.07.2009 г. [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 15.04.2017).
 16. Доля "плохих долгов" в России стремительно растет [Электронный ресурс]: BBC – Русская служба. Режим доступа: http://www.bbc.com/russian/news/2016/05/160530_banks_bad_loans_growth (дата обращения 11.12.2017).
 17. Жукова Е.Ф. Банки и небанковские кредитные организации и их операции. – М.: Вузовский учебник, 2010. – 491 с.
 18. Журавлева Н.В. Кредитование и расчетные операции в России. – М.: Экзамен, 2008. – 284 с.
 19. Игра на выбывание [Электронный ресурс]: Коммерсант.ru. Режим

- доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3242423> (дата обращения: 10.12.2017).
20. Индекс ОКБ Статистика просроченной задолженности III кв. 2016 г. // Объединенное кредитное бюро. [Электронный ресурс] http://www.bki-okb.ru/sites/default/files/report_documents/statistika_prosrochennoy_zadolzhennosti_okb_iii_kv._2016.pdf (дата обращения 05.09.2017).
21. Инструкция Банка России № 139-И «Об обязательных нормативах банков» от 03.12.2012 // Вестник Банка России. – 21 декабря 2012. – № 74 (1392). – 73 с.
22. Информация о среднерыночных значениях полной стоимости потребительского кредита (займа) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/analytics/?PrtId=inf> (дата обращения 01.09.2017).
23. Казимагомедов А.А. Банковское обслуживание населения: зарубежный опыт. / А.А. Казимагомедов. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 256 с.
24. Калмыкова И. С., Романюк К. В., Шлумпф Д. Анализ состояния и динамики потребительского кредитования в России и тенденции его развития на современном этапе [Электронный ресурс] / Калмыкова И. С., Романюк К. В., Шлумпф Д. // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 4. – С. 168–175. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2017/770329.htm> (дата обращения 10.12.2017).
25. Козловский А.А. Потребительский кредит в США. / А.А. Козловский. – М.: Наука, 2010. – 143 с.
26. Колпакова Г.М. Финансы, денежное обращение, кредит. – М.: Юрайт, 2013. – 538 с.
27. Мамута М.В., Чирков А.В. О совершенствовании регулирования деятельности кредитных потребительских кооперативов в России // Деньги и кредит, 2015. -№ 12.-С. 9-13.
28. Москвитина С.А., Москвитина Н.М. особенности потребительского

- кредитования физических лиц (функции кредита). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.amursu.ru/attachments/article/11563/23.pdf> (дата обращения 20.09.2017).
29. Обзор финансовой стабильности: Информационно-аналитические материалы.- М.: Центральный банк РФ, 2016.- № 2.-66 с.
 30. Обзор банковского сектора РФ [Электронный ресурс] // Банк России. Аналитические показатели – №114 январь 2014 г. Режим доступа: https://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_1401.pdf (дата обращения 17.04.2017).
 31. Обзор финансового рынка / Первое полугодие 2013. – № 75. – 27 с.
 32. Обзор ключевых показателей микрофинансовых организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/?PrtId=analytics_nfo (дата обращения: 03.10.2017).
 33. Письмо ЦБ РФ от 29.12.2006 № 175-Т «Об определении эффективной процентной ставки по ссудам, предоставленным физическим лицам» [Электронный ресурс]: Сайт Центрального банка Российской Федерации. Режим доступа: http://www.cbr.ru/publ/print.aspx?file=vestnik/vestnik-akts_2007.htm (дата обращения: 03.06.2017).
 34. Письмо ЦБ РФ от 05.05.2008 № 52-Т О «Памятке заемщика по потребительскому кредиту» [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_55526/ (дата обращения 08.02.2017).
 35. Печникова А.В. Банковские операции / А.В. Печникова, О.М. Маркова, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. – 352 с.
 36. Положение ЦБ РФ №255-Т от 29.03.2004. «Об обязательных резервах Кредитных организаций»
 37. Получить кредит без кредитной истории становится все сложнее [Электронный ресурс]: Объединенное кредитное бюро. Режим доступа:

- <http://www.bki-okb.ru/press/news/poluchit-kredit-bez-kreditnoy-istorii-stanovitsya-vse-slozhnee> (дата обращения 15.12.2017).
38. Потребительский рынок России: итоги 2015 года, перспективы на 2016 год: Ежегодный доклад. - М.: Торгово - промышленная палата, 2016 г. - 41с.
39. Сбербанк занял почти половину рынка зарплатных проектов [Электронный ресурс]: РБК. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/13/05/2015/555338259a7947559854881e> (дата обращения: 20.11.2017).
40. Старостина С.А. Тенденции во взаимодействии потребительского кредитования с социально-экономическим развитием России // Финансы и кредит, 2016. -№24.-С. 26-30
41. Статистика просроченной задолженности за III кв. 2016 г [Электронный ресурс]: Сайт Объединённого кредитного бюро, режим доступа: <http://www.bki-okb.ru/press/news/statistika-prosrochennoy-zadolzhennosti-za-iii-kv-2016-g> (дата обращения 15.10.2017).
42. Тавасиев А.М. Банковское дело. – М.: Дашков и К, 2009. - 640 С.
43. Тавасиев А.М. Банковские дело: базовые операции для клиентов / А.М. Тавасиев, В.П. Бычков, В.А. Москвин. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 304 с.
44. Тагирбеков К.Р. Основы банковской деятельности. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 720 с.
45. Факторы и условия развития рынка потребительского кредитования в России / Исаева П.Г., Махачев Д.М. // ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ. Серия «Банковское и страховое дело». – 2015. – № 4. – С. 133-137.
46. Федеральный закон РФ № 395-1 «О Банках и банковской деятельности» от 02.12.1990. (в редакции от 28.04.2009 г.) [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/ (дата обращения

- 15.05.2017)
47. Федеральный закон РФ N 218-ФЗ «О кредитных историях» от 30.12.2004 г. (в редакции от 24.07.2007 г.) [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51043/ (дата обращения 15.05.2017)
 48. Федеральный закон РФ № 86-ФЗ «О Центральном банке РФ (Банке России)» от 10.07.2002 г. (в редакции от 22.09.2009 г.) [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/ (дата обращения 15.05.2017)
 49. ЦБ: среднерыночные значения полной стоимости потребкредитов продолжают снижаться [Электронный ресурс]: Информационный портал banki.ru. Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=9942715> (дата обращения 15.2.2017).
 50. Шапошников И.Г. Развитие небанковских кредитных институтов России // Фундаментальные исследования, 2014- №8. – С.1153-1157.
 51. Эзрос Ю.С. Банковское потребительское кредитование: конкуренция и опыт в России и Великобритании // Финансы и кредит, 2013. -№23.- С. 18-22
 52. European banks sitting on €1tn mountain of bad debt, survey finds // The guardian. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/business/2015/nov/24/european-banks-one-trillion-euros-bad-debt> (дата обращения 15.04.2017).
 53. General overview of consumer credit in Europe in 2015. Robust recovery for the European consumer credit market. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.consumerfinance.com/uploads/media/Press_release__CACF_consumer_credit_overview_Europe_2015.pdf (дата обращения 20.05.2017).
 54. The Fight for the Customer: McKinsey Global Banking Annual Review 2015.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.mckinsey.com/20160112-Alumni-Webcast-FIG-McKinsey%20Global%20Banking%20Annual%20Review%202015.pdf> (дата обращения 20.05.2017).

Периоды развития потребительского кредитования РФ

Период	Характеристика	Факторы
Докризисный период (2006-2007 гг.)	Характеризуется ростом объемов: если на 01.01.2007 г. объем задолженности населения по кредитам был равен 20,8 млрд. руб., то на 01.01.2008 г. это сумма составила 58,8 млрд. руб., т.е. абсолютное увеличение почти в 3 раза.	Этому способствовали: агрессивная политика банков в части продвижения кредитных продуктов, стабилизация российской экономики, рост доходов населения, развитие целевых кредитов на приобретение автотранспорта и жилья.
Кризисный период (2008-2009 гг.)	Период характеризуется сокращением объемов кредитования населения банками. В целом по России за 2009 г. задолженность населения перед банками сократилась на 9%.	Уменьшение объемов предоставления потребительских кредитов было вызвано следующим: снижение качества заемщика и рост кредитных рисков вследствие падения доходов населения и роста безработицы, банки столкнулись с дефицитом источников кредитования, что вызвало неуверенность в стабильном доходе и, как следствие, падение спроса на кредитные продукты
Посткризисный период (2010-2012 гг.)	Период характерен восстановлением рынка потребительского кредитования. Избыток накопившейся ликвидности банков вынуждает банки активизировать кредитные программы для населения. Задолженность населения перед банками по кредитам за 2011 г. по всей России увеличилась на 14%. В 2012 г. кредитные организации продемонстрировали высокие темпы кредитования, задолженность по потребительским кредитам по увеличилась на 49%.	Совокупность внешних и внутренних воздействий позволила банковской системе России пережить кризис с гораздо меньшими потрясениями по сравнению с предыдущими периодами.

Источник: [13, 14, 26]

Виды заемщиков по дисциплине погашения потребительского кредита

Виды заемщиков	Характеристика и причины не погашения	Работа банка с клиентами относительно погашения задолженности
Добросовестные плательщики	График платежей не нарушают, платят вовремя и становятся привилегированными («лояльными») клиентами банка. И даже если произошла просрочка очередного платежа – она погашается, как только у клиента появляется финансовая возможность.	Таким клиентам банк по почте высылает различные кредитные предложения, с приглашением вновь воспользоваться их услугами, кредитные карты, с достаточно большим кредитным лимитом и лимитом на снятие наличных.
Проблемные клиенты	Погашают свой кредит несвоевременно либо вносят неполную сумму ежемесячного платежа. Это происходит по разным причинам. Либо клиент не полностью уведомлен о существующих каналах погашения кредита либо времени перечисления платежа с использованием того или иного канала погашения, не знает о существовании комиссии, взимаемой за перевод денежных средств.	С такими клиентами ведется разъяснительная работа, как правило, они обещают своевременно погашать кредит, но по каким-то причинам снова допускают образование просроченной задолженности.
Сомнительные заемщики	Как правило, в большинстве случаев именно эти клиенты и попадают при дальнейшей проверке в категорию мошенников	С такими заемщиками не представляется возможным связаться по указанным в анкете при оформлении кредита телефонам.

Источник: [31]

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Динамика потребительского кредитования в РФ. Беззалоговые кредиты

ВИДЫ формы	БЕЗЗАЛОГОВЫЕ КРЕДИТЫ														
	Наличными					Кредитные карты					Торговые точки (POS)				
годы	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Объемы (трлн. руб)	3,6	4,9	5,2	4,5	4,2	1,8	1,14	1,36	1,7	2,0	0,18	0,26	0,22	0,2	0,3
Ставки (%)	15- 75	15- 60	20- 75	16-35	17-40	20- 40	20- 40	15- 30	25- 30	19-30	20- 70	20- 60	25- 40	30- 40	20-50
Коэф. просрочки (%)	-	5,7	7,2	17,8	20	-	-	5,6	19,3	25	-	-	-	1,6	2,0

Источник [16, с .41]

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Динамика потребительского кредитования. Залоговые кредиты

ВИДЫ формы	ЗАЛОГОВЫЕ КРЕДИТЫ														
	Ипотека					Автокредит					Ломбарды				
годы	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Объемы (трлн. руб)	1,1	1,3	1,7	1,4	1,6	0,76	0,96	0,93	1	1,2	-	-	-	0,028	
Ставки (%)	10- 15	10- 15	17- 29	11- 15	12-16	20- 25	10- 12	15- 25	15- 23	15-19	-	-	-	100- 200	80- 200
Коэф. просрочки (%)	-	-	4,3	5,8	5,7	-	-	10,1	8,6		-	-	-	10	

Источник:

[16,

с.

43]

Усовершенствование методических основ управления потребительским кредитованием в банке ПАО «Сбербанк» (собственная разработка автора)

