

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КРЕДИТОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Ващекина Ирина Викторовна

кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры банковского дела РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Vaschekina@Mail.ru

Несмотря на постепенное насыщение рынка потребительских кредитов в России, в настоящее время сохраняется большой спрос на кредиты среди тех категорий потребителей, с которыми банки пока не имеют большого опыта работы. Ход развития рынка кредитных услуг в последние несколько лет показывает принципиальный переход российских кредитных организаций от продуктовой модели ведения бизнеса к клиентоориентированной, поэтому оптимизацию кредитных продуктов коммерческого банка в сфере потребительского кредитования все чаще осуществляют, опираясь на широкие маркетинговые исследования, ориентируясь на потребителя. В статье автором предложена классификация кредитов по типу заемщика, срокам и способам погашения, видам обеспечения, процентным выплатам, направлению использования средств, объектам кредитования и объему.

Ключевые слова: потребительское кредитование, классификация кредитов, оптимизация кредитных продуктов.

CLASSIFICATION OF CONSUMER CREDIT IN THE RUSSIAN MARKET

Vashchekina, Irina V.

PhD, Assistant Professor, Professor of the Department for Banking of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Vaschekina@Mail.ru

In spite of gradual saturation of customer credit market in Russia now we can observe a high demand for credits among those categories of customers that are not well-known for banks. The development of credit service market shows lately a principle shift of Russian credit organizations from product model of business to client-oriented one. That is why optimization of credit products in the field of customer crediting is carried out by commercial banks through broad marketing research. The author puts forward credit classification by borrower type, periods and methods of repaying, types of security, interest payment, direction of cash using, objects of crediting and volume.

Keywords: customer crediting, credit classification, optimization of credit products.

Потребительские кредиты, составлявшие активно развивающееся направление кредитных услуг в России в докризисный период, сохраняют актуальность и не утратили ведущего значения в посткризисные годы, несмотря на некоторое ужесточение требований, предъявляемых кредитными организациями к заемщикам. Важным позитивным свойством этого вида кредитования, позволившим ему пройти потрясения финансового кризиса без значительных потерь для его репутации как у кредитных организаций, так и у клиентов, является прежде всего широкий спектр предлагаемых потребителям кредитных продуктов [4].

Объектами кредитования при выдаче потребительского кредита могут быть товары, услуги, деньги. Товарами, приобретаемыми за счет кредита, могут быть предметы потребления длительного пользования. Услугами, продаваемыми в кредит, могут быть медицинские, туристские, образовательные. Потребительский кредит является одной из тех форм кредита, которую можно получить непосредственно в банке или через кредитную карточку клиента, он служит средством удовлетворения самых разнообразных потребительских нужд населения.

Субъектами кредита, с одной стороны, выступают кредиторы (коммерческие банки, специальные учреждения потребительского кредита, магазины и другие небанковские кредитные организации), а с другой – заемщики (население) [2].

Существующая практика потребительского кредита осуществляется в двух формах:

- прямой потребительский кредит (без посредничества торговых фирм, с помощью платежных и кредитных карт);
- с поручительством торговых фирм.

В последнем случае банк заключает договор с торговой фирмой о кредитовании ее покупателей, которая берет на себя поручительство по долговым обязательствам покупателей-заемщиков перед банком и заключает договор с покупателями об ус-

ловиях кредита. Эти договоры передаются банку, который выплачивает торговой фирме 80–90% от суммы кредита, а остальную часть зачисляет на особый – блокированный – счет. Покупатель погашает кредит частями; купленные им в кредит товары служат обеспечением платежа. В случае непогашения в срок кредита соответствующие суммы взыскиваются банком с блокированного счета, который служит гарантией погашения кредита в срок.

Потребительские кредиты можно классифицировать по различным признакам, например, по типу заемщика, срокам и способам погашения, видам обеспечения, процентным выплатам, направлению использования средств, объектам кредитования, объему и т. д. Все эти классификации неоднократно приводились в научной литературе. Рассмотрим их в совокупности, объединив в общую схему различных процессов кредитования (рисунок).

Сложившаяся в России на рынке потребительского кредитования ситуация характеризуется как постепенное насыщение. Это означает, что большинство заинтересованного платежеспособного населения уже имеют потребительские кредиты и не могут или по каким-либо причинам не хотят брать новые. С другой стороны, сохраняется большой спрос на кредиты среди тех категорий потребителей, с которыми банки пока не имеют большого опыта работы [3]. Примером может служить кредитование домашнего хозяйства, фермеров, индивидуальных предпринимателей. Возникает необходимость разработки инструментов и подходов для работы с новыми видами потенциальных заемщиков.

Очевидным перспективным направлением для коммерческих банков является продвижение розничного кредитования не только в столичном регионе, но и по всей территории России. Развитие банковских операций и услуг в регионах заметно отстает от столичного. Учитывая интерес к потребительским кредитам и неубывающий спрос населения, данное направление

может оказаться важнейшим ресурсом для роста многих кредитных организаций. Основное внимание при развитии и расширении рынка уделяется модернизации и

созданию новых продуктов с параллельным внедрением их на неосвоенных до сих пор территориях.

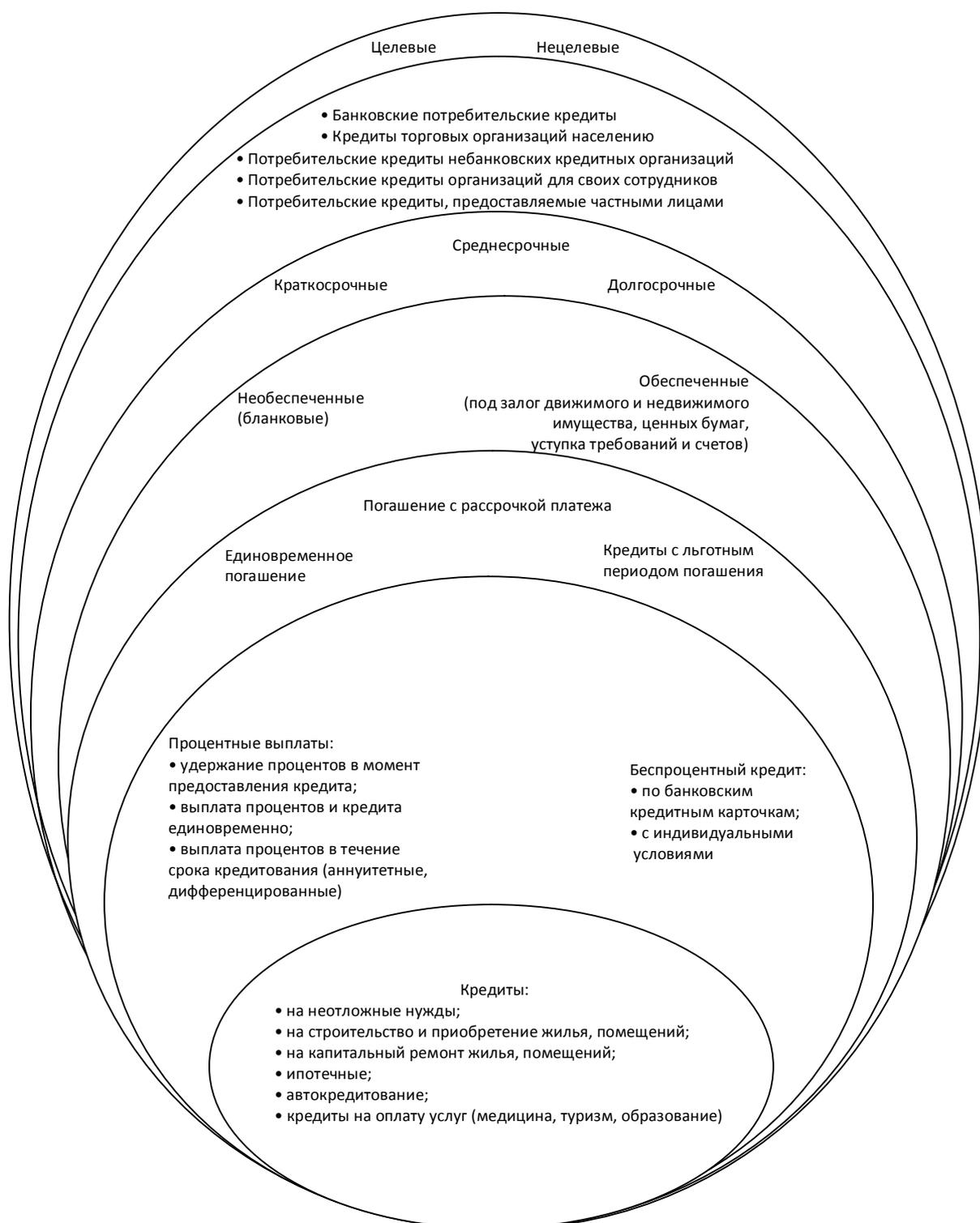


Рис. Классификация кредитов

На местных рынках потребительского кредитования тенденция лидерства все-российских банков прослеживалась и до кризиса. В современных условиях они по-прежнему доминируют, в то время как местные кредитные организации занимают сравнительно небольшой объем рынка. Сохранение интереса к рынку потребительских кредитов среди крупных коммерческих банков, активно конкурирующих между собой, объясняется тем, что доходность в этом секторе остается на высоком уровне, потенциал рынка высок, спрос не снижается.

Вместе с тем развитие деятельности крупных банков в этом направлении встречается с определенными трудностями.

Во-первых, рост кредитования в регионах ограничен значительным разрывом в среднедушевых доходах между Москвой, другими крупными городами и остальными регионами России. По мере сокращения разрыва в доходах можно ожидать и увеличения темпов роста кредитования населения за счет регионов.

Во-вторых, рынок потребительского кредитования технологически сложен, так как доход можно получить лишь при выдаче большого количества мелких кредитов. В этом случае для снижения рисков основной задачей банков становится правильная оценка кредитоспособности заемщика еще на этапе принятия решения о выдаче кредита.

В-третьих, стоимость потребительских кредитов для потенциальных заемщиков все еще велика – процентные ставки высоки. Банки для увеличения числа заключенных кредитов предлагают всевозможные акции на кредитные продукты: автокредиты по сниженным процентным ставкам, продажу недорогих возобновляемых кредитов физическим лицам от 18 лет, снижение первоначального взноса по кредиту на товары длительного пользования и т. п.

В-четвертых, в каждой кредитной сделке для банка существует кредитный риск – возможность невозврата ссуженной стои-

мости и процентов по ней заемщиком. Поэтому для банка важным направлением работы становится разработка комплекса мероприятий по снижению риска кредитных операций и управлению кредитным риском. Кредитный риск зависит от внешних (связанных с состоянием экономической среды, с конъюнктурой) и внутренних (вызванных ошибочными действиями самого банка) факторов, а управление кредитным риском включает в себя учет этих факторов и разработку мероприятий по снижению риска [1].

При рассмотрении объемов потребительских кредитов в соответствии с Федеральным законом от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» нужно учитывать, что Банк России в установленном им порядке ежеквартально рассчитывает и публикует среднерыночное значение полной стоимости потребительского кредита (займа) по категориям отдельно для кредитных организаций, микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, ломбардов на основе представленных ими данных о значениях полной стоимости потребительского кредита. На момент заключения договора полная стоимость займа не может превышать рассчитанное Банком России среднерыночное значение полной стоимости кредита соответствующей категории, применяемое в соответствующем квартале, более чем на треть. В соответствии с Указанием Банка России от 18 декабря 2014 г. № 3495-У «Об установлении периода, в течение которого не подлежит применению ограничение значения полной стоимости потребительского кредита (займа)» это ограничение применяется с 1 июля 2015 г.

На основании данных Банка России динамика на январь 2015–2017 гг. средневзвешенной процентной ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам, и структура объемов по кредитам представлены в таблице.

**Средневзвешенные процентные ставки
и структура объемов по кредитам физических лиц на январь 2015–2017 гг.**

	До 30 дней, включая «до востребования»	От 31 до 90 дней	От 91 до 180 дней	От 181 дня до 1 года	От 1 года до 3 лет	Свыше 1 года	Свыше 3 лет
Средневзвешенная процентная ставка по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам в рублях в Российской Федерации, % годовых:							
2015	23,69	19,94	27,00	33,55	29,69	19,46	17,36
2016	17,74	20,24	22,37	26,30	21,30	18,11	17,09
2017	18,26	18,17	22,81	22,76	18,08	16,23	15,58
Структура оборотов по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам в рублях в Российской Федерации, в %:							
2015	3,38	1,32	2,40	7,89	14,49	85,01	70,51
2016	0,24	0,50	0,78	7,86	21,93	90,62	68,69
2017	0,18	0,48	0,47	7,29	23,92	91,58	67,66

Выступая опорой современной экономики, кредит является неотъемлемым элементом экономического развития.

Успешное развитие потребительского кредитования оказывает стимулирующее влияние на экономические процессы, способствуя увеличению покупательского спроса, обеспечивая, таким образом, рост производства и реализации товаров и услуг. В свою очередь это связано с перераспределением доходов по времени и установлением в краткосрочной перспективе равновесия между совокупным спросом и предложением. С одной стороны, сокращаются временные разрывы между потребностью в определенных товарах и услугах и возможностью их оплаты, а с другой – сокращаются издержки обращения, связанные с хранением товаров. Вместе с тем изменяется и скорость денежного обращения. Временно свободные капиталы и сбережения их владельцы помещают в коммерческие банки, а последние путем предоставления кредитов пускают их в оборот. Оборот денег ускоряется, так как покупка товаров в кредит исключает необходимость предварительного накопления денег, а долг может оплачиваться после получения дохода. Потребительское кредитование в какой-то степени дает возможность производителям снять остроту проблемы перепроизводства товаров и услуг, скоординировать в будущем производственные планы с учетом прогноза потребительского спроса и избежать кризиса сбыта [5].

Потребительский кредит, впрочем, может рассматриваться и как генератор от-

рицательных воздействий на экономические процессы, так как создает иллюзию возможностей, богатства у потребителя – физического лица, что приводит к чрезмерным тратам. Конечным результатом таких действий является рост задолженности, приводящий к трудностям с ежемесячными платежами и т. д. Необходимо учитывать, что покупка в кредит обходится потребителю в конечном счете дороже, увеличиваются расходы, связанные с оплатой процентов за пользование кредитом, т. е. физическое лицо переплачивает за приобретаемые товары и услуги по сравнению с непосредственной покупкой. В перспективе потребитель с высокой долей задолженности по потребительскому кредиту теряет покупательский потенциал и привлекательность для товаропроизводителей и коммерческих банков.

В современной экономике рост интереса к потребительскому кредитованию коррелирует со стадией экономического цикла, т. е. на стадии подъема возникает рост покупок в кредит, на стадии пика этот рост замедляется, на стадии же спада происходит снижение спроса на кредиты. При этом в период кризиса падение прекращается, а за постепенной стабилизацией следует новое увеличение спроса на потребительский кредит.

К проблемам, связанным с потребительским кредитованием, относят риск возникновения кредитного «пузыря» – критического роста невозвращенных или нестабильно обслуживаемых клиентами кредитов, что может привести к краху кредито-

ров. Многие банки мало уделяют внимания резервированию средств на риски невозврата. Формально малые резервы ведут к повышению текущей прибыльности банков, но создают при этом угрозу для будущего кризиса кредитования. Однако до тех пор, пока рынок растет быстрыми темпами, низкие резервы на потенциальную потерю не будут давать о себе знать.

Также следует отметить, что для перспектив развития системы потребительского кредитования в целом необходимы объективные внешние условия: нормализация политического климата в стране, упорядочение и четкое соблюдение хозяйственного законодательства, экономическая стабильность, особенно важная тем, что она порождает взаимное доверие кредитора и заемщика (потребителя) в плане долгосрочной финансовой состоятельности друг друга. При сделках потребительского кредитования и для кредитора, и для заемщика чрезвычайно важна предсказуемость обеих сторон. Для анализа возможностей дальнейшего развития потребительского кредитования рассмотрим его экономический и социальный смысл. В этой связи можно разделить потребительские кредиты на несколько групп.

К первой группе относятся кредиты, используемые на удовлетворение непосредственно потребительских нужд: на неотложные нужды, экспресс-кредиты, автокредитование. Оформление экспресс-кредита обычно осуществляется в торговом центре. Выбрав товар, покупатель направляется к работнику банка, находящемуся непосредственно в магазине. При этом от покупателя требуется представить документы для оформления ссуды – паспорт Российской Федерации и второй документ, удостоверяющий личность (водительское удостоверение, заграничный паспорт, ИНН). Пока кредитный специалист делает копии документов, покупатель заполняет анкету, в которой указывает свои личные данные, информацию о месте работы, о семейном положении, данные о доходах и расходах. После заполнения анкеты заем-

щиком сотрудник банка определяет степень платежеспособности покупателя и возможность предоставления ему запрашиваемого кредита. Решающую роль при этом, как правило, оказывает соотнесение персональных данных заемщика с имеющейся у банка базой данных ненадежных клиентов. В случае положительного решения заключается договор, при этом вся процедура занимает около 30 минут.

Во вторую группу входят кредиты инвестиционного характера: ипотечные кредиты, кредиты на образование, кредитование домашнего хозяйства, фермеров. Они имеют большое значение для дальнейшего развития потребительского кредитования и потенциального роста клиентов.

Развитие ипотечного кредитования способствует удовлетворению важной потребности человека – жилья, а также росту строительства и сопутствующих секторов экономики. Кредиты на образование способствуют совершенствованию человека в той или иной области знаний, что приводит к появлению, с одной стороны, более организованных, квалифицированных кадров, а с другой – работы с повышением заработной платы. Кредиты для домашнего, фермерского хозяйства способствуют использованию средств на хозяйственные нужды при сезонном характере производства, что стимулирует экономическое развитие среднего и мелкого сельскохозяйственного производства.

К третьей группе относятся смешанные кредиты, сочетающие в себе две предыдущие характеристики. Это кредиты на прочие нужды, нацеленные на личное потребление.

Заманчивой перспективой успешного взаимодействия коммерческого банка с заемщиком является программа постоянного втягивания клиента в сферу этих услуг по принципу «белки в колесе». После успешной работы с клиентом по одному кредиту (на телевизор, компьютер, автомашину, квартиру) следует предложение следующего кредита с учетом года службы приобретенного товара, причем с каким-то

бонусом. На специальные предложения могут рассчитывать только те заемщики, которые уже являются клиентом банка. Ориентация на долгосрочные отношения с потребителем становится важным принципом стратегии банка и ключевым приемом в конкурентной борьбе.

По мере роста объемов кредитования банк должен решать вопросы времени и качества обслуживания, улучшать про-

граммное обеспечение, способствовать специализации работников кредитного отдела банка, поощрять увеличение количества заключенных сделок. Важной составляющей при принятии таких решений являются внешние факторы: состояние экономики, колебание курсов на валютном рынке, цены на энергоносители, спекулятивные ожидания международных инвесторов.

Список литературы

1. Абдюкова Э. И., Сысоева А. А. Проблемные аспекты системы банковского инвестиционного кредитования в России на макро-, микро- и наноэкономическом уровнях // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2016. – № 3 (62). – С. 71–74.
2. Бектенова Г. С., Белянчикова Т. В., Эюбов З. В. Кредит. Формы его предоставления. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016.
3. Ващекин А. Н. Формы интеграции оптовой и розничной торговли в России на современном этапе // Инновации и инвестиции. – 2013. – № 7. – С. 221–225.
4. Ващекина И. В. Характерные черты и особенности современного потребительского кредитования в России // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2014. – № 8 (74). – С. 38–43.
5. Косов М. Е., Ахмадеев Р. Г. Экономическое неравновесие российского предпринимательства // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2015. – № 14 (299). – С. 33–43.

References

1. Abdyukova E. I., Sysoeva A. A. Problemnye aspekty sistemy bankovskogo investitsionnogo kreditovaniya v Rossii na makro-, mikro- i nanoekonomicheskom urovnyakh [Problem Aspects of the System of Bank Investment Lending in Russia at Macro, Micro and Naneoeconomic Levels]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Saratov State Social and Economic University], 2016, No. 3 (62), pp. 71–74. (In Russ.).
2. Bektenova G. S., Belyanchikova T. V., Eyubov Z. V. Kredit. Formy ego predostavleniya [Credit. Forms of its Provision]. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2016. (In Russ.).
3. Vashchekin A. N. Formy integratsii optovoy i roznichnoy trgovli v Rossii na sovremennom etape [Forms of Integration of Wholesale and Retail Trade in Russia at the Present Stage]. *Innovatsii i investitsii* [Innovations and Investments], 2013, No. 7, pp. 221–225. (In Russ.).
4. Vashchekina I. V. Kharakternye cherty i osobennosti sovremennogo potrebitel'skogo kreditovaniya v Rossii [Characteristics and Features of the Modern Consumer Lending in Russia]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2014, No. 8 (74), pp. 38–43. (In Russ.).
5. Kosov M. E., Akhmadeev R. G. Ekonomicheskoe neravnovesie rossiyskogo predprinimatel'stva [Economic Imbalances Russian Business]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'* [National Interests: Priorities and Security], 2015, No. 14 (299), pp. 33–43. (In Russ.).