

Устойчивое развитие экономики региона: проблемы и пути их решения: материалы всероссийской научно-практической конференции. 30–31 октября 2014 г. Уссурийск: ФГБОУ ВПО ПГСХА, 2014. 208 с.



УДК 336.71

О КЛАССИФИКАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Ю. В. Рожков

ФГБОУ ВПО «Хабаровская государственная академия экономики и права», г. Хабаровск

Сегодня очень часто в научных публикациях, высказываниях практических работников, в СМИ и в иных источниках используется понятие ритейловый банк (ритейловый тип кредитной организации). Это в полной мере относится к региональным банкам. Ритейл (retail) – в переводе с английского – розница. В большинстве случаев под ритейловым банком понимается банк, обслуживающий население, физических лиц. Возникает вопрос: имеет ли с научной точки зрения право на существование такая типология (ритейл, розница) банка, а если «да», то по каким критериям его надо выделять? Тем более что Банк России всячески избегает применять в официальной статистике (www.cbr.ru) термин «ритейловый

(розничный) банк».

Указанная проблема относится не только к внутрибанковской; она обладает чёткими внешними контурами (например, для рейтингования кредитных организаций). Отметим и необходимость формирования для розничного коммерческого банка особой системы риск-менеджмента – управления всеми видами рисков, имеющими отношение, прежде всего, к кредитным рискам населения. Банк России должен более тщательно подходить к контролю за такими банковскими структурами. Ведь наблюдается рост просроченной задолженности банкам по ссудам, предоставленным населению (таблица 1).

Таблица 1 – Просроченная задолженность по ссудам юридических лиц-резидентов, индивидуальных предпринимателей и физических лиц по РФ, в рублях

Показатель	Дата, год					
	01.12.09	01.12.10	01.12.11	01.12.12	01.12.13	01.08.14
Всего, млн рублей	607 313	664 694	753 756	850 579	883 538	1 004 160
Физ. лиц	209 726	242 632	250 253	283 947	403 375	551 487
Доля просроченной задолженности физ. лиц, процентов	34,5	35,5	33,3	26,3	45,6	54,9

Анализ данных, представленных в таблице 1, демонстрирует устойчивый рост просроченной задолженности по ссудам физических лиц (за пять лет рост в 2,5 раза).

Проблемы, связанные с развитием розничных кредитных организаций, как финансовых институтов с несомненной продуктовой спецификой, в последние годы активно обсуждаются. Российскими учёными и практическими работниками широко применяются понятия «розничный банк», «розничные банковские услуги (операции)», «ритейловая банковская сфера» и другие. Эти комбинации слов часто встречаются в рекламных проспектах многих российских коммерческих банков. Например, позиционирует себя розничным очень крупный региональный банк «Восточный» (зарегистрирован в Амурской области, г. Благовещенск). Его кредитно-депозитный портфель состоит в основном из средств физических лиц и в рейтинге экономического еженедельника «Коммерсантъ-Деньги» он единственный с Дальнего Востока России. Однако имеются банки, которые, на наш взгляд, без достаточных методологических обоснований позиционируют себя как ритейловые кредитные организации. Этому способствуют не только желание самих банков представляться в виде розничных, но и некорректные или просто неполные методики внешних и внутренних рейтингов.

Вышеотмеченный еженедельник, публикуя рейтинги банков, выводит на суд читателей раздел «Самые розничные банки». Первоначально в этот рейтинг, наряду с другими, включался показатель «Доля рынка вкладов» (с разбивкой на рублёвые и валютные накопления граждан). Потом он был исключён, но появил-

ся такой показатель, как «Капитал банка». И тот, и другой явно не могут претендовать на характеристику уровня ритейла, ибо первый свидетельствует о «массе» ритейла по пассивам, а второй – о размере банка, его потенциальных возможностях вести бизнес. Понятно, что ряд самых «розничных» банков возглавляет, по рейтингу указанного издания, Сбербанк России – у него и средств граждан накоплено больше всех, и капитал превосходит по величине все иные российские банки. Такой рейтинг можно принять за репрезентативный лишь в части отражения уровня накопленных банками средств населения, то есть характеризующего рынок вкладов.

В рейтинге, опубликованном на 1 сентября 2014 г., «Коммерсантъ-Деньги» использует лишь два показателя – вклады и отношение (в процентах) вкладов к обязательствам. Естественно, впереди Сбербанк, второй – ВТБ24. Из 30 банков – 24 московских. Первые 10 банков представлены нами в таблице 2.

Таблица 2 – Десять самых розничных банков России [1]

Место в рейтинге	Название банка	Город	Вклады (тысяч рублей)	Вклады/Обязательства (процент)
1	Сбербанк России	Москва	7 561 307 248	50,80
2	ВТБ24	Москва	1 368 981 419	69,08
3	Альфа-Банк	Москва	370 492 212	27,37
4	Газпромбанк	Москва	361 548 850	10,33
5	Россельхозбанк	Москва	282 867 665	17,97
6	Раффайзенбанк	Москва	242 867 670	41,78
7	Банк Москвы	Москва	223 077 970	16,51
8	ХКФ-Банк	Москва	199 860 663	77,28
9	Промсвязьбанк	Москва	198 988 359	25,38
10	Русский стандарт	Москва	157 872 160	59,45

Как видим, рейтинг, приведённый в таблице 2, в качестве доминантного показателя использует массу вкладов. Поэтому (даже в очень отдалённой перспективе!) Сбербанк России будет занимать в таком рейтинге первое место. Между прочим, если ориентироваться на показатель «Вклады/Обязательства», то первое место займёт ХКФ-Банк. Этот важнейший показатель розничности у него больше, чем у других банков – 77,28 (8-е место по рейтингу еженедельника «Коммерсантъ-Деньги»). Дальневосточный банк «Восточный» занял бы 3-е место (в рейтинге он 15-й и в таблице не показан).

Главная причина появления неполных рейтингов, искажающая картину банковского ритейла, – отсутствие общепринятого определения понятия «розничный банк». Широкой дискуссии по данному поводу не велось, ибо априори и учёные, и практики «согласились», что в данном случае речь идёт о том, что розничная банковская услуга всегда связана с обслуживанием граждан. Мы считаем, что этот критерий, являясь базовым при показе сущности ритейловых банков, не является единственным, также как не может быть исчерпывающим такой показатель розничности, как уровень, характеризующий рынок вкладных операций кон-

кредитного банка.

Полагаем, что розничный банк – это такая кредитная организация, которая функционирует как многоофисная структура, формирующая преобладающую часть своих пассивов за счёт денежных средств граждан, размещающий преобладающую часть своих активов населению, обслуживающий эту категорию клиентов на принципах стандартизации и массовости операций.

Исходя из этого понимания сущности розничного банка, можно предложить критерии отнесения кредитной организации к данной категории:

а) субъекты активных и пассивных операций; б) степень преобладания ритейловых операций применительно к различным категориям клиентов (граждане, корпоративные клиенты); в) наличие разветвлённой филиально-офисной сети; г) применение в операциях, банковских технологиях массовых и стандартизированных процедур и продуктов. Последний показатель пока трудно формализовать и это потребует в перспективе дополнительных исследований. Однако степень стандартизации и массовости подобных операций незримо не только присутствует и характеризует уровень ритейла по пассивным и активным операциям, но и демонстрирует его масштаб.

Если принять за основу предлагаемый признак классификации, то есть применить соотношение «клиентских» активов и пассивов, то можно выделить четыре возможных варианта существования коммерческих банков, которые с той или иной степенью репрезентативности могут претендовать на роль розничных. Это: 1. Корпоративно-розничный банк. 2. Рознично-корпоративный банк. 3. Классический розничный банк. 4. Абсолютно-розничный банк.

На практике наиболее приемлемым и реальным вариантом ритейловой кредитной организации, как мы считаем, может являться (применительно к предлагаемой нами терминологии) классический розничный банк.

Для количественного установления границ такого банка, за которыми он переходит в другую категорию «ритейла», надо установить минимальную долю средств физических лиц в пассивах такого банка. Далее, надо разобраться, каков должен быть удельный вес выданных гражданам кредитов, учитываемых в активах баланса банка. Первая и вторая части должны преобладать в структуре баланса банка. Иначе уровень розничности будет слишком низким и банк попадёт в разряд корпоративно-розничных или вообще, условно говоря, «чисто» корпоративных.

Уровень «корпоративности», отметим, иногда вообще игнорируется, поэтому возникают утверждения, что основным показателем «степени розничности» является отношение «кредитов населения к привлечённым вкладам физических лиц» [2].

Невозможно представить существование абсолютно-розничного банка. Это противоречило бы общепринятым и оправдавшим себя канонам диверсификации бизнеса. Например, классический розничный банк заинтересован в оказа-

нии клиентских услуг предприятиям, выпускающим (собирающим) телевизоры, холодильники и другие товары, а также торговым фирмам, реализующим такие товары населению в розничной сети. Можно говорить и о малом бизнесе, обслуживание которого по многим продуктовым направлениям можно считать розничным, о чём пока мало кто из учёных и практиков задумывается.

Да и бесплатные кредитные ресурсы в виде средств на расчётных счетах корпоративных клиентов улучшают ликвидность кредитных организаций.

Теория пока не может выделить оптимальный критерий розничности банка. Главная причина – уникальность каждой кредитной организации с точки зрения структуры капитала, уровня рисков, состояния клиентской базы, региональной специфики и иных факторов. Что делать, надо, как говорят философы, «договориться о терминах». Для упрощения «договоримся», что в данном случае можно применить известный принцип В. Парето «80/20». Этот принцип находит своё подтверждение во многих сферах жизнедеятельности человека, включая и банковский бизнес.

Практическая польза этого принципа в обосновании необходимости концентрации ограниченных ресурсов организации в узкой зоне «фронта» вместо их традиционного распыления по множеству направлений. Он помогает определить именно тот участок, где можно рассчитывать на максимальный результат от своих усилий.

Для коммерческих банков на сегодняшний момент ритейловый рынок именно тот, на котором можно найти дефицитные финансовые ресурсы и заработать прибыль, используя массовые, стандартные банковские продукты. Применяя принцип В. Парето, можно с известной долей условности предполагать: удельный вес физических лиц в активе и пассиве баланса ритейлового коммерческого банка не должен быть меньше 80 процентов. В экономической литературе была попытка применить подобный критерий [3]. Но розничные банки здесь выделяются только по доле депозитов физлиц в средствах клиентов (> 60 процентов), а розничное кредитование вынесено в специально выделенный раздел «Кредитные банки» (доля кредитов физлицам в кредитном портфеле > 50 процентов).

Классифицируя банки по основным розничным признакам, мы отметили, что одним из важных критериев существования ритейловых кредитных организаций, обязательным, системообразующим их элементом является наличие разветвлённой филиальной сети. Многофилиальность (мы пока используем традиционный термин), является не только критерием розничности банка, но и его важным свойством, доминантной чертой.

Каков же критерий выбора многофилиальности розничного банка? Выбор такого критерия, как теоретическая проблема, практически не рассматривается в экономической литературе, хотя сам термин нашёл широчайшее распространение. Лишь О. Солнцев и М. Хромов сделали попытку определиться с мно-

гофилиальностью банков. Сначала они относили банки, которые имели число филиалов более пяти. Авторы отмечают, что в 2001 г. такие банки занимали 22 процента в совокупных активах всей банковской системы России. Как бы ощущая некорректность выбранного критерия, далее они отказываются от термина «многофилиальные банки», выделяя в аналитике три группы российских банков: а) крупные банки; б) Сбербанк РФ; в) средние и мелкие банки [4].

Вспомним, в конце сентября 2003 г. Правительство РФ утвердило новый график проведения пенсионной реформы. При этом Пенсионный фонд РФ подписал соглашения с 11 кредитными учреждениями, которые получили статус трансфер-агентов. Для нашего исследования интересно, что выбор пал на многофилиальные банки, а критерием полифилиальности было установлено наличие у банков минимума в 30 региональных филиалов.

Банк России постоянно уделял внимание контролю за многофилиальными банками. Первоначально такие кредитные организации им назывались «банки, имеющие филиалы». Так, в соответствии с Инструкцией ЦБ РФ «О порядке осуществления надзора за банками, имеющими филиалы» от 11.09.1997 г. № 65 кредитные организации, имеющие филиалы, «...подвергаются дополнительному контролю, как более подверженные региональному и страновому рискам, а также риску потери управляемости».

С 2004 г. Банк России предложил называть банки, имеющие филиалы, многофилиальными (Указание от 16.01.2004 г. № 1376-У «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчётности кредитных организаций в Центральный банк Российской Федерации»). Хотя здесь к многофилиальным можно было отнести любой коммерческий банк, имеющий всего один филиал, ибо речь ведётся о специфике (более всего – сроках) предоставления отчётности филиалами.

В марте 2004 г. ЦБ РФ ещё более запутал ситуацию, обнародовав следующий критерий полифилиальности банков: «Банк России считает многофилиальными кредитными организациями те из них, которые имеют не менее тысячи филиалов, расположенных более чем в пятидесяти процентах субъектов Российской Федерации». Возможно, что ЦБ РФ включил в состав филиалов допофисы? Или просто он действительно готовился к тому, что в перспективе структура банковского сектора на федеральном уровне будет представлена ограниченным кругом крупных многофилиальных банков?

Наконец, 25 мая 2005 г. Центральный банк Российской Федерации ввёл в действие Указание № 1579-У «О внесении изменений в Указание Банка России от 16 января 2004 г. № 1376-У «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчётности кредитных организаций в Центральный банк РФ». В этих указаниях отмечается, что слова «многофилиальные кредитные организации» заменяются словами «крупные кредитные организации с широкой сетью подразделений». При этом ЦБ РФ предписывает, что «Под крупной кредит-

ной организацией с широкой сетью подразделений понимается кредитная организация, имеющая подразделения, предусмотренные нормативными актами Банка России, более чем в восьмидесяти процентах субъектов РФ, и величину активов 1,5 и более трлн рублей». В ноябре 2009 году величина активов была Банком России увеличена до 7 трлн рублей. Ясно, что представленные регулятором критерии не имеют и не могут иметь под собой никакой расчётно-аналитической базы.

Тем не менее, сам подход Банка России к поиску корректных названий банков мы поддерживаем, хотя предлагаем уйти от словосочетания «крупные кредитные организации с широкой сетью подразделений». Нам представляется, что если банк имеет любое подразделение в виде внешней структуры, то это есть офис, который в подавляющем большинстве случаев наделён широкими полномочиями по продаже услуг и осуществлению операций. Поэтому целесообразнее говорить о понятии «многоофисные банки».

Чтобы учитывать при выявлении масштабов банковского ритейла уровень многоофисности, необходимо ввести особый показатель. Целесообразно в этом случае применять промилле, где в числителе – количество подразделений сети (филиалы, отделения и т.д.) коммерческого банка, оказывающие именно розничные банковские услуги. Кстати говоря, такой показатель косвенным образом учитывает и капитал банка, то есть масштаб кредитной организации, что снимает необходимость прямо учитывать этот показатель при определении уровня ритейла.

Конечно, расчёт предлагаемого нами показателя – технически сложная задача. Надо учесть, что по состоянию на 01.07.2014 года в России функционировало 884 кредитных организации и 1 880 филиалов. Следует учесть и 43 419 внутренних структурных подразделений российских коммерческих банков (дополнительные, кредитно-кассовые, операционные офисы, операционные кассы вне кассового узла).

Тем не менее, с учётом наших рекомендаций по введению критерия «многоофисность», рамки ритейловых банков получают более чёткие качественные и количественные очертания. Конечно, ряд банков, которые сегодня считают себя розничными, получают настолько маленький показатель многоофисности, что составителям рейтингов придётся делить такие банки на федеральные, региональные (межрегиональные) и даже городские.

Библиографический список

1. Уральский банк реконструкции и развития: [сайт]. URL: <http://www.ubrr.ru/about/press/rz22/1349> (дата обращения: 06.10.2014).
2. URL: <http://www.tatar.ru/?full=4556> (дата обращения: 04.09.2014).
3. Ивантер А. Кто соберёт пазл? // Эксперт. 2005. № 33. С. 55–70.
4. Солнцев О., Хромов М. Особенности российской банковской системы и среднесрочные сценарии её развития // Проблемы прогнозирования. 2004. № 1. С. 55–78.