Автор: Administrator
07.12.2012 17:33 -

Получить кредит на покупку «ненадежного» товара, особенно в «ненадежном» регионе, становится все труднее. // Светлана Петрова. "SmartMoney" № 25, 04.09.2006

Проблема «плохих» кредитов стала для российских банков такой острой, что даже завышенные процентные ставки больше «не лечат». В поисках способа уменьшить просрочку банки составляют списки не только неблагонадежных клиентов, но и целых городов, а также товаров, с которыми связаны наибольшие потери. SM изучил эту практику, насколько позволила повышенная скрытность банков в подобных вопросах.

Суммарный кредитный портфель банков за последние 2,5 года увеличился в 5 раз, достигнув к 1 июля, по данным ЦБ, 1,5 трлн руб. ($56,5 млрд). Однако просроченная задолженность по кредитам гражданам росла еще быстрее-в 11,7 раз с начала 2004 г.: ее объем к 1 апреля 2006 г. перевалил за $1 млрд, а уже через три месяца едва не была достигнута планка в $1,5 млрд.

Банки не любят афишировать потери и в своей отчетности маскируют просрочку, которая может достигать критических величин. Известно, к примеру, что один из лидеров потребительского кредитования, Хоум Кредит энд Финанс Банк (ХКФБ), в конце прошлого года списал безнадежные долги на 370 млн руб., а еще более 1 млрд руб. «плохих» кредитов продал коллекторскому агентству за 12,5% от номинала. Общие потери банка от проблемной задолженности по итогам года превысили 3,8 млрд руб.-это эквивалентно порядка 15% кредитного портфеля ХКФБ на конец 2005 г.

Правда, по оценке банковского аналитика агентства «РусРейтинг» Виктории Белозеровой, эффективная ставка (с учетом всех комиссий и сборов) на рынке экспресс-кредитования колеблется в диапазоне 35-60%, в то время как по автокредитованию-20-25% годовых, ипотеке-15-20% годовых. Но огромный уровень потерь снижает брутто-маржу банка по экспресс-кредитам как минимум до таких же уровней, как у менее «дефолтных» кредитных продуктов. А ведь иметь дело со множеством мелких заемщиков дороже, чем со сравнительно небольшим числом крупных.

Поэтому-то получить кредит на покупку «ненадежного» товара, особенно в «ненадежном» регионе, становится все труднее.

УПОВАЯ НА СКОРИНГ

Правильная настройка скоринговой системы (методики балльной оценки заемщика)-основное оружие банкиров в борьбе против невозврата кредитов. Анкетируя потенциальных заемщиков, банки во всем мире учитывают их зарплату, возраст, семейное положение и т. п. Но одних личных характеристик, оказывается, недостаточно. Статистика банков, занимающихся потребкредитованием, показала, что в России есть целые дефолтные города, где имеет смысл снизить баллы всем жителям независимо от их месячного дохода. Есть и товары, риск невозврата по которым особенно велик. Опытный финансист, пожелавший сохранить анонимность, отмечает, что в ХКФБ, к примеру, в последнее время увеличился уровень отказов «по ряду продуктов, несущих в себе более высокий риск мошенничества»-например, по кредитам на покупку компьютеров. Видимо, банк внес соответствующие изменения в скоринговую систему. Сами лидеры рынка крайне неохотно делятся своим опытом, чтобы не облегчать жизнь конкурентам. «Не все банки знают о существовании товаров с повышенным уровнем неплатежей и умеют управлять товарными группами»,-утверждает замдиректора департамента розничного бизнеса Росбанка Дмитрий Вечканов.

Проведенный SM опрос нескольких банков и коллекторских агентств показал, что с точки зрения «надежности» товары можно условно разделить на четыре группы. Отдельной строкой проходят мобильные телефоны с самыми высокими рисками кредитования, признаются банкиры. Потери в этом сегменте находятся в диапазоне 15-25%-в зависимости от региона, условий кредитования (наличие первоначального взноса, уровня ставки) и даже торговых сетей, каждая из которых, по выражению одного специалиста, «ориентируется на определенного клиента и формирует свой образ в его глазах». Вторая группа-бытовая электроника: ноутбуки и карманные компьютеры, дорогие автомагнитолы, аудиоцентры и т. п. Здесь уровень потерь обычно не превышает 10%. Затем идет «белая» техника-в среднем менее 5%, но, как утверждают наши респонденты, цифры в разных регионах, в зависимости от социально-экономической обстановки, могут различаться в 2 раза (наиболее проблемные регионы расположены на Урале и в Сибири: Кемеровская, Свердловская, Пермская, Томская области). Самые добросовестные заемщики покупают мебель (1-2%). «То, что требует доставки и установки, всегда менее рискованно кредитовать»,-поясняет гендиректор компании «Секвойя Кредит Консолидейшн» Елена Докучаева.

В портфеле проблемных кредитов на приобретение товаров, с которыми по поручению банков работает это коллекторское агентство, 32% приходится на «мобилы», 20%-на ноутбуки и оргтехнику, 13%-на бытовую технику.

В выборке Финансового агентства по сбору платежей (ФАСП) из нескольких тысяч банковских должников также с большим отрывом лидируют сотовые трубки-25% от

общего числа невыплаченных кредитов. Затем идут DVD- и CD-проигрыватели (порядка 16%) и кухонная бытовая техника (15%), рассказывает коммерческий директор ФАСП Александр Морозов.

Основная причина неплатежей, по мнению специалистов,-мошенничество, на втором месте-просчеты самих банков, связанные с неадекватной оценкой рисков и настройкой скоринга. «Упрощенно уровень рисковости товара можно определить как отношение его стоимости к весу или габариту»,- говорит Максим Чернущенко, зампред правления Инвестсбербанка. Чем вещь дороже и компактнее, тем коэффициент выше. Большинство потерь происходит в результате организованного мошенничества, которое подразумевает получение кредита подставным лицом и передачу купленного товара в руки мошенников для последующей реализации.

Следуя этой методике, нетрудно убедиться, что банкам гораздо выгоднее кредитовать покупку алкоголя, чем сотовые трубки. Коробка с мобильником ценой 9000 руб. весит граммов 300, то есть один грамм стоит 30 руб., а вот удельная стоимость 15-килограммового ящика водки по 150 руб. за поллитра-в 150 раз меньше, всего 0,2 руб. за грамм. Получается, что алкогольных дефолтов в России быть практически не должно. Даже странно, что банк «Русский стандарт» до сих пор не приступил к массовой выдаче льготных связанных кредитов на одноименный горячительный напиток.

Впрочем, дело не только в соотношении масса/стоимость. Для сотовых трубок решающим фактором является юный возраст большинства заемщиков, для которых характерны «безответственность и импульсивность при принятии решения», уверен другой банкир. По данным одного из банков-лидеров товарного кредитования, наибольшим спросом мобильные телефоны пользуются именно у молодежи 20-25 лет: на его покупку брали кредит около 40% заемщиков этого возраста. Опрос клиентов банка также показал, что в Москве «мобилы» приобретают реже, чем в регионах: около 5 и 20% оформлявших товары в кредит соответственно.

КАК ОБМАНУТЬ МОШЕННИКОВ

Несмотря на высокие риски и потери, дефолтные товары составляют весьма существенную часть банковских портфелей по POS-кредитованию (выдача кредитов в точках продаж). К примеру, у ХКФБ, как следует из его презентации для инвесторов, по итогам 2005 г. на мобильные телефоны приходилось 18% выданных кредитов. Хотя

покупку «белой» бытовой техники и электроники банк все же кредитует в больших объемах-30 и 25% соответственно. У «Русского стандарта» доля кредитов на сотовые трубки доходит до 15%.

На условиях анонимности специалист крупного банка сообщил SM результаты проведенного этим банком исследования, которое показало, что в целом в кредит продается 16% «мобил», 3% фото- и видеокамер, 7% мебели, 12% компьютеров, 23% изделий бытовой электроники, 42%-«белой» бытовой техники. Если исходить из оценки объема всего рынка товарного кредитования, сделанной ХКФБ,-99 млрд руб. на конец 2005 г.,-годовые потери российских банков только на мобильных телефонах составляют 3-5 млрд руб. Как их снизить?

«Каждой товарной группе присваивается определенная категория риска кредитования, есть stop-loss показатели, рассчитанные для продукта и географической территории. Если такой показатель превышается, срабатывает запрет на кредитование»,-в самых общих чертах описывает технологию Вечканов из Росбанка. «Дефолтной» группе товаров присваиваются определенные негативные веса, и сам факт намерения купить такой товар уже усложняет прохождение скоринга. По выражению Чернущенко из Инвестсбербанка, чтобы получить кредит под высокорисковый товар, заемщик во всем остальном должен быть «шоколадным». Кроме того, банк может потребовать внести первоначальный взнос от 10 до 30% суммы кредита, заложить повышенные риски в тарифы. По словам Чернущенко, специальные программы поддержания лояльности клиентов на дефолтные товары обычно не распространяются. В ХКФБ также рассказали, что для минимизации рисков банк после скоринга может провести и дополнительную проверку. Например, позвонить работодателю кандидата в заемщики. Подобную «двойную авторизацию» с ручной перепроверкой результатов скоринга ХКФБ нередко практикует при покупке товаров в кредит по акции «0% первый взнос».

Набор мер по снижению риска при кредитовании дефолтных товаров у основных игроков стандартный, говорит руководитель направления по работе с проблемной задолженностью Альфа-банка Станислав Исмагилов. Прежде всего это установление такой эффективной процентной ставки либо комиссии с магазина-партнера, которая бы компенсировала повышенные потери. Инструктаж персонала по ужесточению оценки внешнего вида потенциального заемщика вплоть до изучения значения татуировок. Прозвон по всем телефонным номерам, указанным в анкете. Последняя новинка-применение специализированных программных комплексов для борьбы с мошенничеством (anti-fraud system), разработанных ведущими производителями скорингового софта вроде Experian или Fair Isaac.

«Возможны два варианта: приобретение системы либо аутсорсинг этой услуги по аналогии с бюро кредитных историй, то есть заявка прогоняется через систему провайдера и возвращается с ответом относительно степени вероятности мошенничества»,-рассказывает Исмагилов.

НЕХОРОШАЯ ПРОПИСКА

В неформальных беседах банкиры сообщают, что в черных списках мест с повышенным риском кредитования у них фигурируют населенные пункты с градообразующим предприятием, испытывающим финансовые трудности. Высокий уровень потерь в конкретном городе может быть связан также с желанием банков во что бы то ни стало завоевать местный рынок. Названия «мошеннических» городов (а есть, говорят, и такие) банки хранят в строгом секрете. Центробанк ежеквартально публикует региональную статистику по кредитам, в том числе по местонахождению заемщиков (последняя датирована 1 апреля 2006 г.). Но по ней можно судить лишь об «официальном» уровне просроченной задолженности. Общую картинку к тому же «портит» Сбербанк. По информации «Интерфакс-ЦЭА», без лидера кредитования граждан у сотни крупнейших по активам банков этот показатель на 1 июля будет уже не 2,6, а 4,5%, а если взять только столичные банки-4,9%.

В МВД вообще не ведут отдельную статистику по потребительскому кредитованию: правоохранители фиксируют лишь количество зарегистрированных по статье «мошенничество» преступлений в кредитно-финансовой сфере, а также размер причиненного материального ущерба, высчитываемый по уже завершенным расследованиям в том или ином регионе. Тем не менее анализ центробанковских и милицейских данных позволяет сделать выводы о том, насколько успешно продвигается банковский бизнес в том или ином регионе и где банкирам комфортнее.

В 22 регионах, то есть в каждом четвертом по стране, уровень просроченной задолженности оказался выше среднероссийской планки (на них приходится 58% суммарного розничного портфеля и 71,5% «плохих» кредитов). Этот список «отстающих» на 70% совпадает с перечнем регионов, которые на 1 июля лидировали как по количеству зарегистрированных преступлений, так и по причиненному ущербу.

Среди этих 22 регионов самые добросовестные заемщики живут на Дальнем Востоке. Впрочем, и объемы бизнеса здесь невелики: при просрочке в 1,4% от розничных

кредитов на местный портфель приходится лишь 4% от общероссийского. А самая большая доля проблемных долгов-на Урале, в Центральном и Сибирском округах. Накопилось, считают в ХКФБ: просроченные ссуды «просто устаревают» в портфелях банков, поэтому их уровень выше в тех регионах, где предоставление кредитов началось в первую очередь. Однако Москва по этому показателю занимает лишь 9-е место, еще дальше-Петербург, «лидирует» же Свердловская область.

За год (с 1 апреля 2005 г.) среди нынешних 22 самых проблемных регионов темпы роста кредитных портфелей превысили или хотя бы были близки к приросту проблемной задолженности только в Татарстане, Саратовской и Ивановской областях. У остальных-серьезно отставали. Самые высокие темпы роста просрочки (более 600%) оказались в Чечне, Ингушетии, Адыгее и Пермском крае, но здесь и старт был низким.

В Татарстане же «дешевле» всего банкам обошлось расширение бизнеса: при росте кредитного портфеля на каждые 48 руб. проблемные долги увеличивались на 1 руб. «Дороже» всего-опять-таки в Свердловской области, где на каждый рубль «новой» просрочки портфель увеличивался только на 16 руб. Недалеко ушли (20-25 руб.) Адыгея, Челябинская, Самарская, Новосибирская и Кемеровская области, Пермский и Красноярский края. Москва по этому показателю середнячок-30 руб. увеличения кредитного портфеля на каждый рубль новой просрочки.

Дефолтность региона зависит не только от уровня его социально-экономического развития или криминогенности, но и от насыщенности рынка, считает Исмагилов из Альфа-банка. Чем выше конкуренция, тем дальше вниз по кривой качества заемщика вынуждены идти банки для наращивания портфеля, что выражается в просрочке. В «неблагонадежных» населенных пунктах банки обычно действуют теми же методами, что и при кредитовании высокорисковых товаров: корректируют скоринговую карту для данного региона, более тщательно подходят к подбору партнеров-торговых компаний, клиентов, усиливают местное подразделение по сбору долгов.

В целом в дефолтном регионе сложнее получить кредит, особенно низкопроцентный, говорит Чернущенко из Инвестсбербанка, да и предложение товаров там меньше.

Самая неудачная идея, по словам финансистов,-взять ссуду под дефолтный товар в дефолтном регионе. Шансы невелики, и даже если банк не откажет, он выдвинет заведомо неподъемные условия потенциальному заемщику, будет долго проверять

заявку и замучает звонками по всем анкетным телефонам. В итоге клиент скорее всего сам откажется от кредита.