

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.А. Давыдов, 3 курс

*Научный руководитель – И.А. Панковец, старший преподаватель
Полесский государственный университет*

Потребительский кредит способствует относительному выравниваю уровней жизни лиц с неодинаковыми доходами, сокращает разрыв между уровнем и структурой потребления различных социальных слоев населения.

Потребительское кредитование получило большую популярность в странах с развитой промышленностью, поскольку, благодаря использованию данной технологии по финансированию покупок, емкость рынка резко расширяется по значительному ассортименту потребительских товаров.

Рынок потребительского кредитования Российской Федерации в настоящее время подвергается значительной трансформации – доля товарных кредитов неуклонно сокращается, однако растут объемы нецелевого кредитования. Приемлемый уровень риска нецелевых кредитов наличными гарантирует довольно тщательная проверка потенциального кредитополучателя – после ужесточения порядка формирования резервов по дорогим необеспеченным портфелям потребительских кредитов экспресс-кредитование постепенно уступает место процедуре оценки кредитоспособности, когда банки просят предъявить справку о доходах и другие подтверждения платежеспособности клиента. В банках стали применять ”нишевый“ подход в потребительском кредитовании. Его суть – выделение однородного клиентского сегмента с более низким уровнем риска невозврата кредита, чем на рынке в целом. Примеры таких кредитов – кредиты для зарплатных клиентов и компаний-партнеров, для сотрудников бюджетных организаций, для клиентов с положительной кредитной историей. Сегментированность характерна и для бонусных программ: с 2013 г. для всех категорий клиентов действуют специальные предложения по нецелевым кредитам к профессиональным праздникам, а также приуроченные ко дню рождения клиентов.

Реализация данного подхода также возможна в Республике Беларусь. При этом необходимо выработать особые условия в части предоставления кредитов каждой из выделенных сегментных ниш с точки зрения возможных рисков, ретроспективного взаимодействия клиента с банком. Необходимо учесть данные факторы при определении сроков, процентных ставок, объемов предоставляемых кредитов. Такое сегментирование клиентской базы позволит привлечь новых кредитополучателей и получить конкурентные преимущества на рынке потребительского кредитования.

Знание субъектом своей кредитной истории, являющейся, по сути, его финансовым портретом, способствует более взвешенному подходу при оценке своих финансовых возможностей, повышению ответственности за взятые на себя кредитные обязательства и их качественное исполнение. Действующее в Российской Федерации законодательство позволяет гражданам знакомиться со своими кредитными историями и оспаривать их в случае обнаружения ошибочной или недостоверной информации [1].

Для условий Республики Беларусь получение кредитополучателем сведений о собственной кредитной истории является перспективным видом деятельности. Доступность кредитов и их массовый характер, рост уровня просроченной задолженности требуют повышения прозрачности вопроса о возможности либо невозможности получения потребительского кредита на основании информации Кредитного бюро. Основная проблема состоит в еще недостаточном накоплении информации о кредитополучателях, отсутствии сведений о микрокредитах, уже полученных в небанковских организациях и, возможно, в недостаточной финансовой грамотности населения.

В последнее время на российском рынке купли-продажи плохих долгов активизировался бизнес по консолидации коллекторами кредитов одного кредитополучателя, выданных разными банками, и последующей реструктуризации этого пула кредитов. К использованию этого метода коллекторов подтолкнул рост закредитованности населения в условиях снижения его платежеспособности [2].

В портфеле коллекторов присутствуют кредиты лояльных клиентов - тех, которые охотно идут на контакт, но не имеют возможности нормально погашать выкупленный долг, имея кредиты в других банках. В

таких случаях в индивидуальном порядке выкупается задолженность этого клиента у других банков и разрабатывается план ее реструктуризации. Коллекторские агентства, в отличие от банков, не формируют резервов на покрытие возможных убытков, поэтому они могут увеличить клиенту срок погашения долгов на достаточно длительный срок.

Новый метод актуален для коллекторов, активно работающих на рынке покупки у банков плохих долгов. Его постепенно начинают практиковать и другие игроки. Банк в таком случае избавляется от проблемного кредита и расформирует резервы, кредитор вместо большого числа долгов имеет один с удобным графиком обслуживания, коллектор, имея полную картину, может наиболее эффективно отработать долг.

В Республике Беларусь коллекторский рынок отсутствует, однако достаточно активно развивается рынок перекредитования – большинство банков предлагает услугу по рефинансированию имеющейся задолженности. Поэтому идея сбора всей задолженности физического лица в одном банке с формированием удобного графика выплат, предполагающего реструктуризацию имеющихся кредитов, является для Республики Беларусь достаточно новой и перспективной.

В Российской Федерации активно развивается рынок микрофинансовых институтов – микрофинансовых организаций и кредитных потребительских кооперативов, около половины кредитного портфеля которых занимает кредитование населения. В Республике Беларусь развитие рынка микрофинансовых организаций находится на стадии их переориентации со сферы микрокредитования населения на более рискованное микрофинансирование малого и среднего бизнеса, требующее больших ресурсов и более длительных сроков предоставления средств – в середине 2014 г. принят Указ Президента № 325 ”О привлечении и предоставлении займов, деятельности микрофинансовых организаций“ С 1 января 2015 года эту деятельность могут осуществлять только микрофинансовые организации - ломбарды, потребительские кооперативы финансовой взаимопомощи, общества взаимного финансирования субъектов малого и среднего предпринимательства, фонды.

Микрозаймы для физических лиц на потребительские цели предоставляют только ломбарды и исключительно под залог движимого имущества, предназначенного для личного, семейного или домашнего использования.

Таким образом, представленные мероприятия позволят расширить клиентскую базу банков, заинтересовать потенциальных кредитополучателей в улучшении своей кредитной истории, сократить риски банковской деятельности в сфере потребительского кредитования.

Список использованных источников

1. ”Евросеть“ запустила услугу индивидуальных кредитных отчетов / Национальное бюро кредитных историй [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.nbki.ru/press/pressrelease/?id=10529>. – Дата доступа: 14.03.2015.
2. Александрова, Е. Последние тенденции на рынке потребкредитов / Е. Александрова // Московский комсомолец [Электронный ресурс]. – 2014. – №26601. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/economics/2014/08/18/poslednie-tendencii-na-rynke-potrebkreditov.html>. – Дата доступа: 14.03.2015.