

СОХРАНЕНИЕ СБЕРЕЖЕНИЙ ГРАЖДАН РОССИИ**Хайрутдинов Р.Т., Камалтдинова Р.М., Царева В.М.***ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»,
Ульяновск, e-mail: Rinat-x@list.ru*

В статье рассматриваются проблемы сохранения сбережений граждан путем привлечения депозиты в банки, повышения активности клиентов, проблемы создания инновационных и надежных продуктов. Затрагиваются вопросы влияния лидеров на развитие бизнеса банков, а также решение проблем еврозоны путем создания единого министерстве финансов, которое было бы наделено правом вмешиваться в экономическую политику отдельных стран. Научная новизна предложений авторов статьи заключается в комплексном подходе к поиску драйверов роста рентабельности банков; с одной стороны, банки нуждаются в лидерах, которые будут обладать креативностью и смогут собрать достойную команду, с другой стороны – существуют технические факторы, такие как резервы на возможные потери, и также нельзя забывать о потенциале более гибкого и адресного подхода работы банка с клиентом – сегментации и предложения клиенту индивидуальных продуктов.

Ключевые слова: банк, рентабельность, лидер, креативность, благосостояние, скоринг, кредит, кризис, деньги, ликвидность

PRESERVATION OF RUSSIAN CITIZENS SAVINGS**Khayrutdinov R.T., Kamaltdinova R.M., Tsareva V.M.***Federal state budgetary educational institution of the higher vocational training «the Ulyanovsk state technical university», Ulyanovsk, e-mail: Rinat-x@list.ru*

The article deals with the problem of preservation of citizens' savings by attracting deposits in banks, increase customer activity, the problem of creating innovative and reliable products. Addresses the issues of the impact of the leaders in the development of the business of banks, as well as tackling the eurozone, by creating a Ministry of Finance, which would be endowed with the right to intervene in the economic policies of individual countries. Scientific novelty of the proposals of the author is an integrated approach to finding drivers of growth of profitability of banks, on the one hand, banks need leaders who will have the creativity and be able to collect a decent team on the other hand – there are technical factors, such as provisions for possible losses and also can not forget about the potential of a more flexible and targeted approach of the bank with the client – customer segmentation and offer customized products.

Keywords: bank, profitability, leader, creativity, well-being, score, credit, crisis, money, liquidity

Задавая вопрос, что же является основными драйверами привлечения депозиты в банки, можно констатировать факт, что население России в принципе готово открывать счета в банках – дело за малым: надо, чтобы сами банки проявили больше активности для привлечения клиентов своими инновационными и надёжными продуктами. Это косвенно признал наш самый успешный на сегодня банковский управляющий Г. Греф: единственное, что объединяет успешные компании – это их лидеры так называемого 5-го поколения [1]. У них может быть или не быть образования, стратегии, направления развития фирмы, главное – они самодостаточные люди, способные к саморазвитию. Где есть лидер – там всегда будет успех. Сказано, конечно, эмоционально, но где-то можно согласиться, если за лидерство принять креативность.

Возможно, о креативности думал глава ЕЦБ Ж.-К.Трише, когда предлагал для решения проблем еврозоны создать единое министерство финансов, которое было бы наделено правом вмешиваться в экономическую политику отдельных стран [2]:

а) осуществлять «контроль» за бюджетной политикой и политикой в области повышения конкурентоспособности национальных экономик;

б) исполнять «все типичные обязанности представителя исполнительной власти в том, что касается услуг финансового сектора ЕС»;

в) представлять ЕС на встречах с финансовыми ведомствами других стран.

Финансы черпают свою силу «снизу» – со стороны внутренних сбережений, которые в том же ЕС напрямую зависят от национальной специфики и структуры расходов в отдельных странах сообщества. То же самое происходит и в Российской Федерации с её многонациональным и многоконфессиональным укладом.

Практика фондовых рынков показывает, что законы Ньютона здесь не всегда имеют место быть – действие (бездействие) не обязательно должно получить противо(не)действие. Согласно исследованиям авторов Лондонской школы экономики, доходность ценных бумаг любых категорий (bottom, middle, top) зависит не столько от предыдущих трендовых спредов, сколько от умения

профессиональных фондовых игроков угадать настроения потенциальных инвесторов и пойти вслед ему, подставляя кредитное «плечо» и используя волатильную «волну» [6]. В нашем случае это можно сказать и о банковских профессиональных игроках, которым требуется быть профессионально креативными, чтобы угадать настроения потенциальных клиентов из числа владельцев сбережений. Если обратиться за примером к нашему лидеру креативности на банковском рынке – ОАО «Сбербанк России», то можно отметить: в своём недавнем обзоре аналитики Goldman Sachs подсчитали, что к 2020 году активы крупнейшего банка России могут вырасти в пять раз и достигнуть \$1,5 трлн долларов, а дивидендные выплаты могут вырасти в 13 раз. Эксперты также спрогнозировали учетверение размеров чистой прибыли ОАО «Сбербанк России», которая может к 2020 году превысить \$25 млрд долларов. По этим показателям российский банк через десять лет сможет попасть в двадцатку крупнейших банков мира [4]. Один вопрос: достаточно ли ему для рыночной устойчивости будет одной только капитализации – как показывает

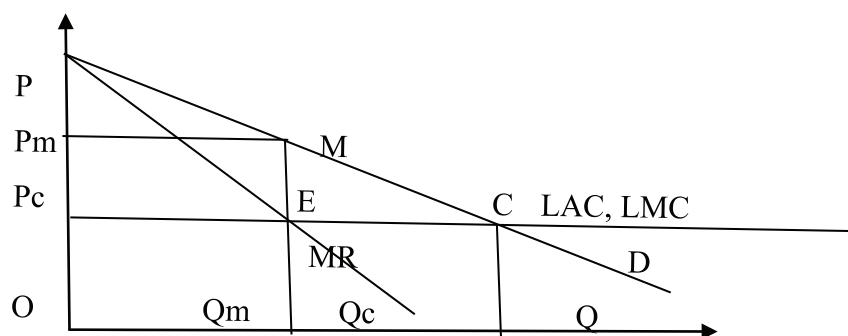
опыт последнего мирового финансового кризиса, недостаточно.

Необходима будет также креативность персонала и мобильность клиентов. Между тем нужно отметить – важную роль в способности банка сохранять свою высокую рентабельность будет играть повышение эффективности его операционной деятельности, по которой наши банки пока отстают от многих банков с развивающихся и тем более, развитых рынков.

Последний кризис показал, как мы уже отмечали, что гарантия устойчивости банковских институтов заключается не столько в их величине, сколько в их изворотливости. Иначе говоря: сила банка не в активах – а в пассивах (производных банковских продуктах, способных привлечь потенциальных вкладчиков и заёмщиков).

Еще одним фактором рентабельности банка является нормализация стоимости риска вследствие высвобождения резервов по «плохим» ссудам – носит уже чисто технический характер и больше связан с работой регулятора, а не банка.

Что же говорит по этому поводу теория? Обратимся к классике (рисунк).



Проблема несовершенной конкуренции на рынке:

P_m – монополярная цена на рынке несовершенной конкуренции; Q_m – монополярный объём на рынке несовершенной конкуренции; $M(E)$ – вынужденное равновесие на рынке несовершенной конкуренции; P_c – равновесная цена в условиях совершенной конкуренции; Q_c – равновесный объём в условиях совершенной конкуренции; C – равновесие в условиях совершенной конкуренции; MR – предельный доход фирмы (предложение на рынке); D – спрос на рынке (совокупные расходы); $P_c P_m M E$ – прибыль монополиста на рынке несовершенной конкуренции; $E M C$ – издержки общества на рынке несовершенной конкуренции; $P_m P M$ – выгода потребителя на рынке несовершенной конкуренции; $Q_m E C Q_c$ – недостаточный спрос на рынке (упущенные возможности); $O P_c E Q_m$ – цена производства на рынке (уровень рентабельности); LAC, LMC – долгосрочные средние и предельные издержки

На рисунке видно, что предельная доходность какого-либо фактора (продукта, услуги) равна приросту совокупного дохода фирмы в результате использования дополнительной единицы этого фактора. Следовательно, предельная доходность креативного труда на фирме должна равняться предельному доходу фирмы (MR), умноженному на величину предельного продукта (LMC), созданного этим креативным трудом. На на-

шем рисунке получается: $P_c \times Q_m$ – это в условиях несовершенной конкуренции.

В условиях отсутствия монополии на рынке предельный выход от продукта фирмы (предельная доходность труда) должен получиться: $P_m \times Q_c$. В нашем же случае общество несёт издержки (безвозвратные потери, связанные с теневым оборотом) и к тому же теряет монополярную прибыль фирмы (оффшоры, предметы роскоши)

и дополнительные продукты (рабочие места, услуги). Поэтому монополист никогда не будет стремиться к креативному лидерству на рынке: вся оптимизация операционных расходов будет сведена лишь к простому сокращению предложения продуктов и спроса на персонал до минимально возможного уровня.

Банковский ритейл России переходит от массового маркетинга к целевому и в этом смысле являет собой классический пример развития потребительского рынка. В идеале, как шутят сами банкиры, каждый клиент должен получить банковский продукт, «сшитый» по индивидуальной мерке.

К достижению такого сверкающего идеала банки не очень спешат – слишком велики расходы на формирование целевых продуктов и ведение связанных с ними дел. Однако наиболее динамичные кредитные организации уже нарезают клиентскую базу на узкие ломтики и делают адресные предложения клиентам с учетом общих интересов сегмента [3].

Самые очевидные критерии для отношения клиента к тому или иному сегменту – это финансовая дисциплина, уровень доходов и расходов. В этом смысле сегментация клиентской базы демонстрирует свое родство с принципами скоринга, а точнее показывает идею скоринга в развитии [5].

Если кредитный скоринг помогает банку сделать некую первоначальную оценку клиента, который пришел «с улицы» и принес некие документы со стороны, то отношение клиента к какому-либо сегменту требует определенного опыта обслуживания данной персоны. В зависимости от того, какую платежеспособность демонстрирует клиент, банк может предложить ему более (менее) привлекательные условия по кредитованию или по кредитным картам.

Приведенные данные ещё раз обращают внимание на одну закономерность функционирования финансовой системы вообще и банковской в частности: финансовый рынок (деньги и их производные) может тогда эффективно и стабильно воспроизводить сбережения и инвестиции, когда он строит свой расширенный оборот на эффективном и стабильном рынке товаров и услуг, где, в свою очередь, присутствует равновесие между предельной нормой накопления и максимальным уровнем потребления, что опять-таки имеет смысл лишь в условиях технического прогресса – именно такое состояние в экономике называется устойчивым ростом основных макропоказателей деловой и потребитель-

ской активности в обществе. Если же говорить по-простому – это называется рынком «длинных денег». Единственными надёжными источниками «длинных денег» в любой экономике являются внутренние или чистые сбережения граждан: природные ресурсы физически исчерпываются, товары и услуги морально устаревают, знания и навыки хронически не успевают за прогрессом – только сбережения всегда бывают в наличии и всегда могут быть задействованы в воспроизводственной функциональной модели «затраты–выпуск». Главное здесь – найти им надёжное и долгосрочное применение.

Список литературы

1. Акинин П.В., Акинина В.П., Кравченко И.И. Инновации в коммерческом банке как антикризисные инструменты // Банковские услуги. – 2009. – № 2.
2. Андришин С., Кузнецова В. Приоритеты денежно-кредитной политики Центральными банками в новых условиях // Вопросы экономики. – 2011. – № 6.
3. Буркова А.Ю. Обслуживание состоятельных клиентов: юридические аспекты // Бизнес и банки. – 2008. – № 46. – С. 3–4.
4. Варламова С.Б., Алексеев Н.Ю. Банки и небанковские финансовые институты: кооперация на рынке продаж // Банковские услуги. – 2008. – № 9. – С. 25–31.
5. Готовчиков И. Пути создания эффективных информационно-аналитических банковских технологий // Банковские технологии. – 2009. – № 3. – С. 20–25.
6. The Economist, Ноябрь 18–24, 2010.

References

1. Akinin P.V., Akinina V.P., Kravchenko I.I. Innovacii v kommercheskom banke kak antikrizisnye instrumenty // Bankovskie uslugi. 2009. no. 2.
2. Andriushin S., Kuznecova V. Prioritety denezhno-kreditnoj politiki Central'nyh bankov v novyh uslovijah // Voprosy jekonomiki. 2011. no. 6.
3. Burkova A.Ju. Obsluzhivanie sostojatel'nyh klientov: juridicheskie aspekty // Biznes i banki. 2008. no. 46. pp. 3–4.
4. Varlamova S.B., Alekseev N.Ju. Banki i nebankovskie finansovye instituty: kooperacija na rynke prodazh // Bankovskie uslugi. 2008. no. 9. pp. 25–31.
5. Gotovchikov I. Puti sozdaniya jeffektivnyh informacionno-analiticheskijh bankovskih tehnologij // Bankovskie tehnologii. 2009. no. 3. pp. 20–25.
6. The Economist, Nojabr' 18–24, 2010.

Рецензенты:

Губайдуллина Т.Н., д.э.н., профессор, кафедра экономической теории Института экономики и финансов, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань;

Капканщиков С.Г., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Экономическая теория» Института экономики и бизнеса, ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный университет», г. Ульяновск.

Работа поступила в редакцию 26.03.2014.