

На правах рукописи

Аношин Денис Геннадьевич

**Обоснование стратегии региональной экспансии банков
на розничные рынки**

Специальность 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Новосибирск – 2008

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Новосибирский государственный университет»

Научный руководитель доктор экономических наук, профессор
Кравченко Наталия Александровна

Официальные оппоненты доктор экономических наук, профессор
Клисторин Владимир Ильич

кандидат экономических наук,
доцент
Бекарева Светлана Викторовна

Ведущая организация Сибирский федеральный университет

Защита состоится 5 декабря 2008 г. в 10-00 часов на заседании диссертационного совета Д.003.001.02 при Институте экономики и организации промышленного производства СО РАН по адресу: 630090, Новосибирск, просп. Академика Лаврентьева, 17, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института экономики и организации промышленного производства СО РАН.

Автореферат разослан « » 2008 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических наук

М.А. Ягольницер

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Актуальность исследования. Развитие национальной экономической системы во многом зависит от состояния и тенденций развития банковского сектора. В течение последних лет российская банковская система растет опережающими темпами по сравнению с ВВП, при этом одним из самых быстрорастущих является розничный сектор. Впечатляющая динамика развития розничного рынка, определяемая благоприятной макроэкономической конъюнктурой, не меняет того факта, что вовлеченность населения в использование банковских услуг остается на низком уровне даже по сравнению со странами Восточной Европы. При этом в характерных для России условиях концентрации финансовой деятельности в Москве и Санкт-Петербурге наблюдается низкий уровень обеспеченности финансовыми услугами населения регионов. Данные обстоятельства свидетельствуют, с одной стороны, о наличии существенного потенциала роста банковского ритейла, с другой, позволяют сделать вывод, что значительные возможности развития коммерческих банков в сегменте обслуживания физических лиц сосредоточены именно в регионах. В настоящее время высокая рентабельность розничных операций, большой потенциал роста сегментов розничного рынка, а также низкая степень проникновения банковского ритейла в регионы стимулируют банки активизировать свою деятельность в этом направлении. При этом эффективное развитие розничного направления в условиях усиливающейся рыночной конкуренции и растущего многообразия профилей спроса населения на банковские услуги требует более глубокой сегментации клиентов по экономическим, социальным, эмоционально-поведенческим характеристикам, что обуславливает необходимость применения маркетинговых технологий при разработке новых и модернизации существующих банковских продуктов.

Таким образом, ключевыми вопросами управления региональным развитием розничного направления коммерческих банков являются, во-первых, выбор направления региональной экспансии и, во-вторых, формирование

продуктового предложения в соответствии с предпочтениями целевых групп потребителей в регионах. Формирование региональной продуктовой стратегии коммерческих банков требует информационной и инструментальной поддержки, что обуславливает потребность в разработке подходов к исследованию характеристик розничных сегментов банковских систем регионов и введению продуктовых линеек, учитывающих предпочтения конкретных групп клиентов. Вышесказанное определяет актуальность диссертации в методическом и прикладном аспектах.

Степень разработанности проблемы. Проблемы регионального развития коммерческих банков сложны и многогранны, в большей степени они рассматриваются в рамках исследований по теории и практике банковского дела, трудов по стратегическому менеджменту и маркетингу финансовых услуг.

Теория и практика банковского дела широко обсуждается в научной литературе, в том числе в работах таких авторов как Э. Долан, Ф. Мишкин, П. Роуз, Дж. Синки, О.И. Лаврушин, С.Р. Моисеев. Актуальные, остро дискуссионные вопросы развития национальной банковской системы на современном этапе анализируются в аналитических материалах Банка России, Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП), Института экономики переходного периода (ИЭПП), Центра экономических и финансовых разработок (ЦЭФИР) и др. В последнее время наблюдается рост интереса российских исследователей к региональной проблематике, однако большая часть научных публикаций посвящена исследованию проблем банковских систем отдельных субъектов Федерации. В работах В.Н. Баско, Н.Н. Губаревой, С.М. Ильясова, Р.А. Набиева, О.П. Овчинниковой и др. даются оценки перспектив развития, анализируются вопросы структуры региональных банковских систем, характеризуются тенденции изменения ресурсной базы, динамика объемов кредитных и депозитных операций, изучается влияние развития региональной банковской системы на экономику региона и др. Параллельно на страницах журнала

«Деньги и кредит» был опубликован ряд статей о роли и перспективах развития банковских систем регионов руководителей территориальных учреждений и их аналитических служб В.В. Барыбина, Г.В. Крыксина, В.Н. Носенкова, Д.Л. Усова. В то же время исследования, посвященные пространственным характеристикам национальной банковской системы России, в которых дается сравнительная оценка развития различных региональных подсистем друг относительно друга или относительно системы национального уровня, довольно немногочисленны. Здесь необходимо отметить исследование инвестиционных процессов в российских регионах авторского коллектива под руководством С.М. Дробышевского, а также работы А. Ивантера, Т. Шатковской и др.

В области проблематики стратегического управления организациями следует отметить основополагающие труды И. Ансоффа, М. Портера, а также работы Д. Аакера, Г. Минцберга, А. Томпсона и А. Дж. Стрикленда, К. Боумана, Г.Б. Клейнера, И.Б. Гуркова. Среди множества работ, посвященных вопросам развития маркетингового подхода к разработке и внедрению новых продуктов, можно выделить классические работы Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Р. Купера. Вопросы банковского маркетинга и продуктовых инноваций обсуждаются в работах Р. Стефенсона, В.Д. Марковой, О.В. Зверева, М.В. Лычагина. В разработке подхода к формированию продуктового предложения банка, учитывающего потребности потребителей конкретного региона, автор опирался на работы П. Грина, В. Рао, Р. Льюса и Дж. Таки, которые впервые выявили возможность использования метода конджойнт-анализа в маркетинговых исследованиях.

Однако в целом проблема формирования региональных стратегий коммерческих банков в условиях высокой дифференциации экономических и социальных характеристик регионов России остается не достаточно проработанной. Это обусловило цели и задачи исследования.

Целью исследования является разработка методического подхода к оценке коммерческим банком сектора банковских услуг в разрезе регионов и инструментария формирования банковских продуктов, учитывающих предпочтения региональных потребителей, как основы для обоснования стратегии экспансии банков на региональные розничные рынки.

Цель исследования определила следующие **задачи**:

- анализ процессов развития и особенностей структуры российского рынка банковских услуг для физических лиц с целью выявления основных факторов и условий, стимулирующих коммерческие банки активизировать свою деятельность на региональных рынках;
- систематизация существующих моделей поведения и концепций регионального развития российских банков, определение основных характеристик развития банковских услуг для физических лиц в региональном разрезе;
- разработка методического подхода к оценке привлекательности регионов с точки зрения вхождения коммерческого банка на розничный рынок на основе обобщения характеристик потенциального спроса населения на банковские услуги и предложения банковских услуг на региональном рынке;
- формирование методики разработки банковских продуктов, позволяющей учитывать специфику региональных потребителей на основе методологии конджойнт-анализа.

Методологической основой исследования является системный подход, позволяющий рассматривать банк как элемент финансового рынка. Исследование базировалось на сочетании количественных и качественных методов анализа, использовались методы сравнения, статистического, регрессионного и кластерного анализа, метод конджойнт-анализа.

Информационная база исследования сформирована преимущественно из данных, публикуемых Федеральной службой государственной статистики России, Центральным Банком, а также внутренней информации компании London Marketing Group.

Достоверность и обоснованность научных положений и выводов обеспечивается комплексным подходом к изучаемой проблеме, ссылками на теоретические и методические работы по исследуемой проблематике, учетом в ходе анализа специфических условий российской экономики и корректным использованием методов статистического анализа.

Объектом исследования являются коммерческие банки, развивающие региональные сети.

Предметом исследования являются методы обоснования стратегии экспансии коммерческих банков на региональные рынки.

Научная новизна исследования заключается в разработке методического подхода к формированию стратегии экспансии коммерческого банка в разрезе регионов и продуктов, который основан на выделении области пересечения потенциального спроса на банковские услуги и возможностей предоставления услуг со стороны отдельного банка в соответствии с его стратегическими приоритетами. Подход опирается на синтез методов статистического анализа, стратегического менеджмента, банковского маркетинга. Предлагаемый подход обеспечен инструментарием принятия решений по региональной экспансии, который включает применение регрессионного анализа (выявление факторов спроса), кластерного анализа (региональные приоритеты) и конджойнт-анализа (формирование продуктовых линеек).

Основными научными результатами, полученными автором, являются:

- развит сквозной подход к формированию стратегии региональной экспансии коммерческого банка, в рамках которого акцент сделан на двух взаимосвязанных, последовательно решаемых задачах: выбора региона для вхождения коммерческого банка на розничный рынок, и формирования продуктового предложения для целевых групп потребителей конкретного региона;
- определен диапазон стратегических приоритетов банков относительно охвата региональных рынков, структуры активных и пассивных операций;

- с целью формирования информационной поддержки принятия решения по выбору целевого региона с помощью кластерного анализа выявлены группы регионов относительно однородные по степени развития и структуре операций региональных банковских систем;
- предложен подход к оценке привлекательности регионов с точки зрения вхождения коммерческого банка на розничный рынок, основанный на нахождении соответствия между типом регионов и стратегическим приоритетом банка;
- на основе принципов конджойнт-анализа предложен инструментарий формирования продуктового предложения банка с учетом специфики предпочтений и возможностей региональных потребителей и показан высокий потенциал его применения.

Практическая значимость работы состоит в разработке подхода к разработке стратегии регионального развития коммерческого банка, позволяющего существенно сузить и конкретизировать зону выбора альтернативных направлений региональной экспансии. Предложенный метод формирования продуктовых предложений может быть использован коммерческими банками при разработке новых и модернизации существующих банковских продуктов, отвечающих потребностям различных групп потребителей и оптимизирующих финансовый результат кредитной организации.

Апробация работы. Основные результаты диссертационного исследования нашли отражение в научных публикациях автора, докладывались на двух Международных студенческих конференциях (апрель 2005, апрель 2006 гг.), обсуждались на заседании отдела управления промышленными предприятиями. Результаты исследования используются в деятельности коммерческих банков, что подтверждается справкой о внедрении.

Публикации. По результатам исследования автором опубликовано 7 работ общим объемом 3 п.л., в том числе одна работа в рецензируемом издании, рекомендованном ВАКом.

Объем и структура диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка (124 наименования). Основной текст диссертации состоит из 187 страниц, содержит 23 таблицы, 13 рисунков и приложения.

Во введении обосновывается актуальность исследования, охарактеризована степень проработанности проблемы, определяются объект, предмет, цели и задачи исследования, теоретическая и информационная база исследования, представлены научная новизна и практическая значимость работы.

В первой главе «Факторы и условия экспансии коммерческих банков на розничные рынки регионов» выявлены предпосылки регионального развития розничного направления коммерческих банков, обоснована необходимость стратегического подхода к управлению созданием региональных сетей, систематизированы стратегические приоритеты российских банков.

Во второй главе «Методический подход к выбору направлений экспансии коммерческих банков (на примере розничных услуг)» проведен анализ банковских систем в разрезе субъектов РФ, представлена эконометрическая модель зависимости потребления населением розничных банковских продуктов от показателей развития регионов, с использованием метода кластерного анализа выявлены характерные для России типы региональных банковских систем, обоснован подход в выборе направления регионального развития банка.

В третьей главе «Маркетинговый подход к формированию продуктового предложения коммерческого банка» рассмотрены проблемы формирования продуктовых портфелей коммерческих банков, продемонстрированы возможности разработанного на основе принципов конджойнт-анализа метода формирования продуктовых линеек банка, учитывающих предпочтения потребителей различных регионов.

В заключении отражены основные выводы и результаты диссертационного исследования.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Большой потенциал роста банковского розничного рынка на фоне низкой обеспеченности населения банковскими услугами в большинстве российских регионов обуславливает актуальность разработки стратегии региональной экспансии.

В условиях глобализации финансовых рынков, сохраняющейся уязвимости российской банковской системы к внешним и внутренним шокам, обострения и изменения характера конкуренции, консолидации банковского сектора важнейшей задачей повышения эффективности управления для отечественных банков, ориентированных на дальнейшее развитие и рост инвестиционной привлекательности своего бизнеса, является внедрение стратегического подхода к управлению.

Анализ моделей поведения российских банков с точки зрения формирования структуры активных операций, источников фондирования, территориального присутствия выявил, что стратегические приоритеты многих участников банковского рынка, различающихся по масштабу и доминирующей специализации, включают региональное развитие (рис. 1). Активное наращивание региональной сети характерное, прежде всего, для крупных федеральных банков, включая банки, изначально базировавшиеся в регионах, позволяет существенно повысить доходность розничного направления, а также увеличивает инвестиционную привлекательность банка в случае его продажи иностранным участникам финансового рынка.

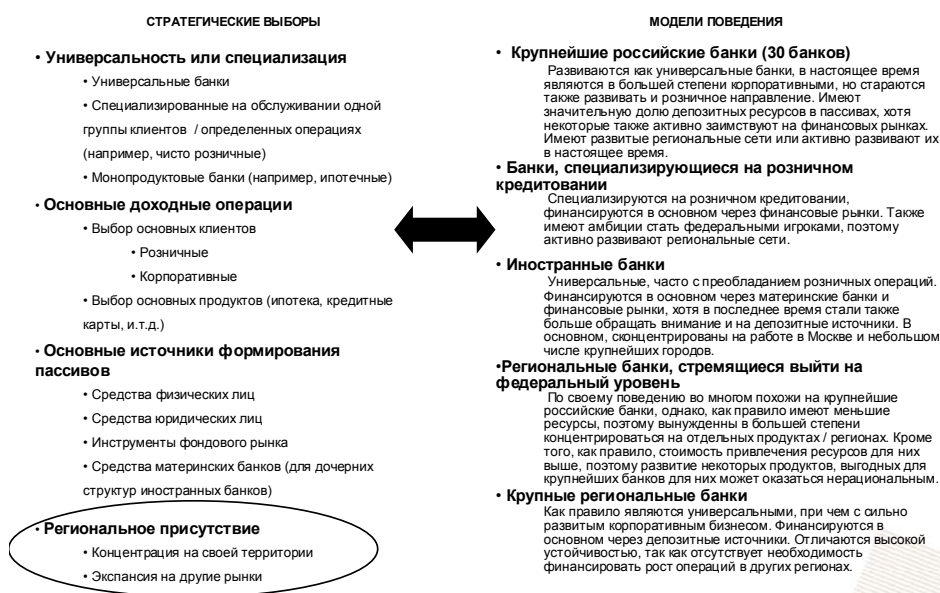


Рис. 1. Основные стратегические выборы и модели поведения российских банков

В настоящее время в России рынок розничных услуг коммерческих банков является одним из наиболее динамично растущих и перспективных бизнес-направлений. За четыре года (с 2003 г. по 2007 г.) рост этого рынка в абсолютном выражении составил 687%, а его доля в общем объеме банковских кредитов возросла в 2,6 раза и составила 18%. Проведенный автором анализ показал, что одновременно наблюдалось несколько процессов связанных с развитием банковской розницы.

1. Важным вектором перемен явился переход большого числа компаний к выплате зарплат на пластиковые карты, в результате произошел рост продукта, находящегося на стыке корпоративного и розничного бизнеса.

2. Экономическая стабильность, сопровождаемая ростом реальных доходов россиян, развитием институциональной среды деятельности банков по операциям с населением, в том числе совершенствование системы страхования вкладов, на фоне нестабильности финансовых рынков привели к росту объемов депозитов физических лиц на счетах банков (рис. 2).

3. Высокая доходность кредитования физических лиц в условиях благоприятной конъюнктуры на мировых финансовых рынках стимулировала российские банки усилить свою кредитную активность на рынке кредито-

ния населения, что вызвало, начиная с 2003 г., бурный рост рынка потребительского кредитования (рис. 2), а также имело следствием структурные сдвиги в кредитных портфелях банков. Если на начало 2001 года кредитование физических лиц составляло менее 6% от совокупного кредитного портфеля банков, то к концу 2007 года его доля увеличилась до 23% (т.е. почти в четыре раза).

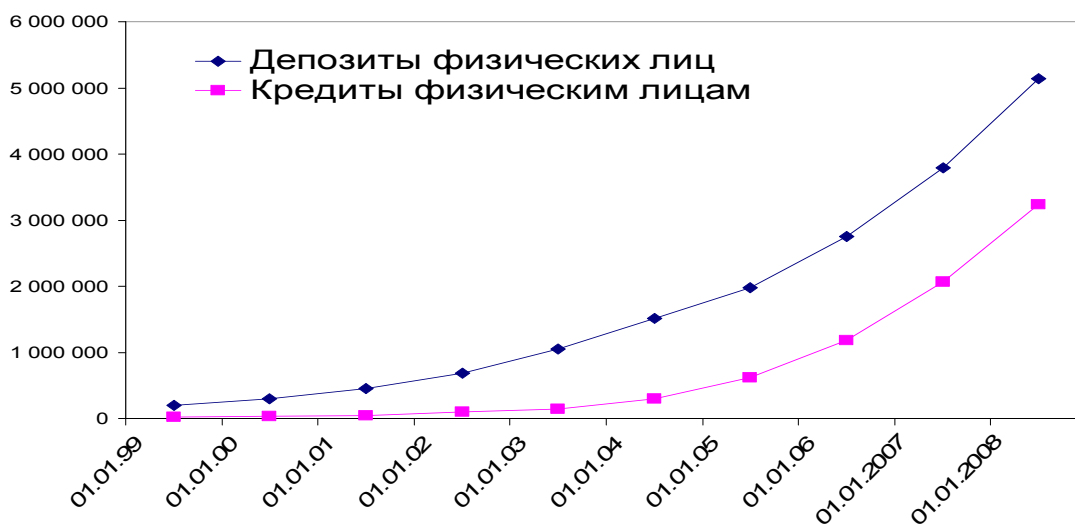


Рис. 2. Объемы привлеченных депозитов и выдачи кредитов физическим лицам

4. Важной тенденцией явилось формирование группы банков, специализирующихся на потребительском кредитовании, розничных банков. Пионером в этой области стал банк Русский Стандарт, который сконцентрировал свою активность на кредитовании в точках продаж. Кроме Русского Стандарта активно развивать кредитование в точках продаж стали «Хоум Кредит энд Финанс Банк», банк Ренессанс Капитал и ряд других. Турбулентность на мировых финансовых рынках будет способствовать переделу долей на российском рынке розничного кредитования. Из-за концентрации значительного объема ликвидности в государственных банках выиграют те участники, которые будут способны поддерживать высокие темпы роста своих портфелей.

Бурный рост розничного сектора банковского рынка сопровождается внутренними структурными изменениями, связанными с углублением специализации и неравномерным развитием различных рыночных сегментов,

ужесточением конкуренции и изменением состава участников рынка, расширением спектра продуктовых предложений, возникновением новых стандартов потребления банковских услуг населением (табл. 1).

Таблица 1

Структура потребления кредитных банковских продуктов физическими лицами

Тип кредита	1.01.2006		1.01.2007		Изменение, %
	млрд. долл.	%	млрд. долл.	%	
Персональные кредиты	29,5	72	44,0	56	49%
Автокредиты	4,5	11	9,0	11	100 %
Потребительские кредиты	3,0	7,3	6,0	8	100%
Ипотека	3,0	7,3	12,4	16	313%
Кредитные карты	1,0	2,4	7,0	9	600%
Всего розничные кредиты	41,0	100	78,4	100	52%

В территориальном разрезе значительные диспропорции в структуре и динамике развития региональных банковских систем, существенный разрыв по уровню развитости рынков банковских услуг столичных и других регионов РФ в полной мере относятся и к их розничным сегментам. Разбросанность населения на огромном пространстве при плохой коммуникации между территориями на фоне низкого уровня развития банковской инфраструктуры в отдаленных и депрессивных районах привела к тому, что сегодня примерно 60 млн. человек (42% населения) лишены доступа к банковским услугам, банковские счета имеет только четвертая часть населения, менее 10% жителей страны пользуются банковскими картами.

Вышесказанное позволило выделить две основные группы факторов макро- и мезо уровней, которые стимулируют коммерческие банки активизировать свою экспансию на розничные рынки регионов: первая - включает общие движущие силы развития российского розничного рынка банковских продуктов, вторая – факторы, стимулирующие банки наращивать активность своих розничных операций именно в регионах (рис. 3).



Рис. 3. Факторы, стимулирующие выбор стратегии региональной экспансии

2. Формирование стратегии региональной экспансии коммерческих банков базируется на решение двух ключевых задач – выборе регионов для экспансии и разработке продуктового предложения с учетом особенностей данного региона.

Решения по экспансии банков в регионы носят стратегический характер, требуют существенных инвестиций, сопряжены с высоким уровнем неопределенности и риска, а следовательно, нуждаются в адекватном, информационно и методически обеспеченном анализе. В нашем исследовании мы сфокусировали внимание на двух ключевых вопросах информационной и инструментальной поддержки формирования стратегии (рис.4).

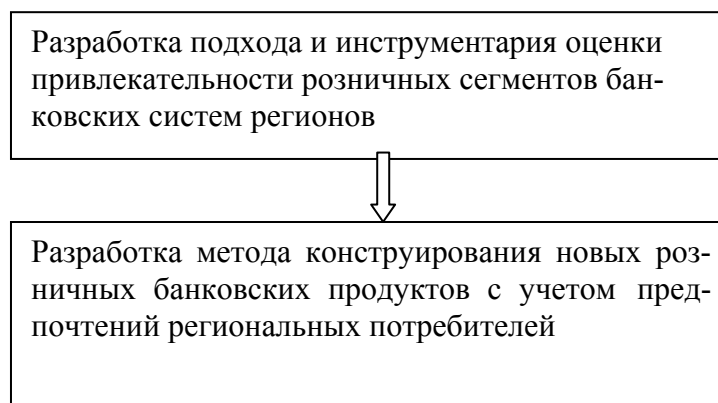


Рис. 4. Методическое обеспечение формирования стратегии региональной экспансии коммерческого банка

Для решения поставленных задач была сформирована система показателей, где первая группа объединяет показатели, характеризующие сложившиеся в субъектах Федерации банковские системы, а вторая - уровень социально-экономического развития регионов, определена структура электронного массива данных, аккумулирующего информацию по 76 субъектам РФ на 2007 г. Информационной основой исследования явилась официальная статистика Росстата и Центрального банка.

Проведенный статистический анализ особенностей региональных банковских систем выявил наличие глубоких различий в их параметрических и структурных характеристиках. В большинстве регионов обеспеченность населения финансовыми услугами находится на крайне низком уровне (рис. 5,6). В среднем по российским регионам на каждого жителя приходится 9204 рубля кредитных и 15260 рублей депозитных средств. При этом в 10% регионов объем выданных кредитов в расчете на одного жителя не превышает 6000 руб., объем депозитных средств в отстающих регионах не превышает 5 тыс. руб. По обоим показателям лидирует с огромным отрывом Москва. На одного жителя столицы приходится 63,5 тыс. руб. кредитных средств и 131,2 тыс. руб. депозитных. В число лидеров по обоим продуктам вошли также Тюменская область и г. Санкт-Петербург.



Рис. 5. Распределение регионов по величине среднедушевых розничных кредитов

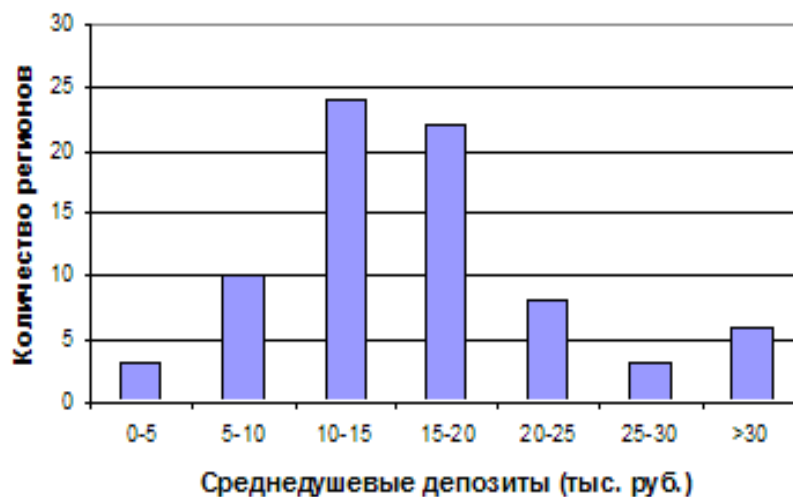


Рис. 6. Распределение регионов по величине средств на счетах в расчете на душу населения

На основе построения и анализа эконометрической модели была выявлена зависимость масштаба потребления населением субъектов Федерации различных банковских продуктов от показателей развития регионов. В качестве показателей социально-экономического развития регионов были проанализированы такие характеристики как среднедушевой доход, оборот розничной торговли, ввод жилых площадей, размер инвестиций в основной капитал, индекс потребительских цен, плотность населения в регионе и др.

В результате были получены следующие уравнения:

$$RL = 659 + 1.2 \times AI + 2.22 \times D$$

$$RD = -4208 + 2.19 \times AI + 6.0 \times D + 113.88 \times BP$$

Здесь RL - кредиты физическим лицам, RD - привлеченные средства физических лиц, AI - среднедушевой доход в регионе, D - плотность населения, человек на квадратный километр, BP - количество присутствующих в регионе банков на миллион человек населения. Обе зависимости оказались качественными с точки зрения статистических критериев.

3. Предложен подход к оценке привлекательности регионов с точки зрения вхождения коммерческого банка на розничный рынок, основанный на нахождении соответствия между типом регионов и стратегическим приоритетом банка, который позволяет существенно сузить и конкретизировать зону выбора альтернативных направлений региональной экспансии.

Большое количество и неоднородный характер сложившихся региональных банковских систем обуславливают то, что для формирования системы информационной поддержки выбора банком приоритетов региональной экспансии на розничные рынки целесообразно построить классификацию регионов на основе выявления однородных по степени развития и структуре банковских операций типов региональных банковских систем. Для решения данной задачи в работе был применен метод кластерного анализа. В качестве сегментирующих переменных использовались:

1. Совокупные активы банковской системы в расчете на душу населения региона. Данный показатель мы интерпретируем как индикатор степени развития банковской системы в регионе.

2. Показатели, характеризующие структуру активных и пассивных операций субъектов региональной банковской системы. В качестве структурных показателей использовались: отношение кредитов, выданных физическим лицам, к активам; отношение кредитов, выданных юридическим лицам, к активам; отношение совокупных средств на счетах физических лиц к активам; и отношение совокупных средств на счетах юридических лиц к активам. Данные показатели отражают относительную значимость розничных кредитных и депозитных операций для банковской системы региона.

В качестве метода кластеризации был выбран метод двух-шагового кластерного анализа BIRCH - сбалансированное итеративное снижение размерности и кластеризация с помощью иерархии, реализованный в статистическом пакете SPSS. Выбор метода обусловлен тем, что BIRCH позволяет производить классификацию на большом массиве неоднородных по сути переменных, в том числе непрерывных и категориальных, кроме того, он не требует предварительной стандартизации данных.

В результате проведенной кластеризации было выделено четыре сегмента региональных банковских систем: сегмент 1 - развитые банковские системы; сегмент 2 - банковские системы, ориентированные на корпоративное кредитование; сегмент 3 - банковские системы, ориентированные на

розничное кредитование; сегмент 4 - банковские системы, ориентированные на привлечение средств физических лиц (табл. 2).

Таблица 2

Классификация регионов по типам региональных банковских систем

Сегмент 1 6 регионов	Сегмент 2 23 региона	Сегмент 3 12 регионов	Сегмент 4 35 регионов
Башкортостан Вологодская обл. Москва Санкт-Петербург Татарстан Тюменская обл.	Алтайский край Архангельская обл. Белгородская обл. Кабардино-балкария Карачаево-черкессия Кемеровская обл. Красноярский край Курская обл. Липецкая обл. Республика Марий Эл Республика Мордовия Нижегородская обл. Новосибирская обл. Омская обл. Оренбургская обл. Пермский край Ростовская обл. Самарская обл. Свердловская обл. Томская обл. Удмуртская республ. Челябинская обл. Чувашская республ.	Республ. Адыгея Республ. Алтай Амурская обл. Астраханская обл. Республ. Бурятия Еврейская авт. обл. Республ. Калмыкия Республ. Коми Курганская обл. Республ. Тыва Республ. Хакасия Читинская обл.	Владимирская обл. Волгоградская обл. Воронежская обл. Ивановская обл. Иркутская обл. Калининградская обл. Калужская обл. Камчатская обл. Республ. Карелия Кировская обл. Костромская обл. Краснодарский край Ленинградская обл. Магаданская обл. Московская обл. Мурманская обл. Новгородская обл. Орловская обл. Пензенская обл. Приморский край Псковская обл. Рязанская обл. Саратовская обл. Республика Саха Сахалинская обл. Республ. Сев. Осетия Смоленская обл. Ставропольский край Тамбовская обл. Тверская обл. Тульская обл. Ульяновская обл. Хабаровский край Ярославская обл.

Сегмент 1. Развитые банковские системы. Данный сегмент характеризуется высоким уровнем среднедушевых активов. Среднее значение показателя среднедушевых совокупных активов составляет 213900 руб., что в 4,5

раза больше среднего значения по всей выборке (47200 руб.). Основной особенностью структуры активов для данной группы регионов является высокая доля средств юридических лиц в пассивах (37,6% при среднем значении по выборке 20,1%). Закономерность такого результата подтверждается наличием положительной корреляции между среднедушевыми активами и средствами юридических лиц рассчитанной по всей выборке. По уровню социально-экономического развития регионы, попавшие в первый сегмент, безусловно, относятся к развитым. Анализ показателей уровня жизни населения показал, что средняя заработная плата по сегменту составляет 13937 рублей, при среднем значении по выборке 9499 рублей. Доля людей с зарплатой свыше 17000 рублей составляет 31,1% работающего населения (в среднем по выборке 15,8%). Можно также отметить, что для данного сегмента характерно опережающее развитие банковской системы по сравнению с экономикой (отношение активов банковской системы к валовому региональному продукту составляет 0,8, в среднем по выборке 0,43).

Сегмент 2. Банковские системы, ориентированные на корпоративное кредитование. Данный сегмент регионов занимает второе место по величине банковских активов в расчете на одного жителя (среднее значение показателя по группе 40500 руб.), что хотя и несколько меньше среднего по выборке значения показателя, однако значительно выше медианного значения, составляющего 32200 руб. Отличительной особенностью данного сегмента является высокая доля корпоративных кредитов в активах банковских систем регионов (52,3%, что на 8% выше среднего по выборке значения показателя). Активность жителей регионов группы в пользовании кредитными и депозитными банковскими продуктами можно оценить как относительно высокую. Среднедушевые доходы в регионе несколько ниже среднего по выборке уровня - 7706 руб. по сравнению с 8190 руб. При этом отношение банковских активов к ВРП (0,45) чуть выше среднего по выборке (0,43), т.е. для данной группы регионов характерно несколько опережающее развитие банковской системы по сравнению с экономикой.

Сегмент 3. Банковские системы, ориентированные на розничное кредитование. Этот сегмент регионов характеризуется самым низким уровнем среднедушевых банковских активов, среднее по группе значение показателя составляет всего 20800 руб. Отличительной особенностью данного сегмента является высокий уровень розничных кредитов в банковских активах: среднее по группе значение показателя составляет 52,3%, что больше, чем на 20% превышает среднее значение показателя по всем регионам. Среднее значение кредитных рублей в расчете на одного жителя составляет по данной группе регионов 11163 руб., что также приблизительно на 20% выше среднего значения показателя по выборке. Соединение этих двух характеристик с точки зрения статистики не выглядит случайным, так как между показателями среднедушевых активов и долей розничных кредитов в активах выявлена отрицательная корреляция. Приведенной выше связи можно дать следующее объяснение - в относительно слаборазвитых регионах у банков меньше возможностей для размещения средств, в частности намного меньше возможностей корпоративного кредитования, чем в развитых регионах. В области социально-экономического развития данные регионы относятся к числу относительно слаборазвитых. Уровень среднедушевых доходов самый низкий среди всех сегментов - 6625 руб., в среднем по выборке 8190 руб., в данном сегменте наблюдается самый низкий уровень отношения банковских активов к валовому региональному продукту - 31%, по сравнению со средним по выборке значением показателя насыщенности ВРП активами банковской системы 43%.

Сегмент 4. Банковские системы, ориентированные на привлечение средств физических лиц. Основной характеристикой данного сегмента является высокая доля депозитов физических лиц в пассивах (среднее по сегменту значение показателя 56,1% при среднем по всем регионам значении 47,2%). По размеру среднедушевых банковских активов сегмент занимает третье место, значение показателя находится в точности на медианном для всей выборки уровне. В целом данный сегмент характеризуется достаточно

высоким уровнем социально-экономического развития, по уровню среднедушевых доходов и средней номинальной заработной платы он занимает второе место среди выделенных типов регионов, отношение активов банковского сектора к ВРП для данных регионов несколько ниже, чем в среднем по выборке (0,38 по сравнению с 0,43).

Предложенный автором подход к формированию предпочтений коммерческих банков относительно выбора регионов присутствия, основан на нахождении соответствия между типом регионов и группами банков с различными стратегическими приоритетами.

Крупнейшие российские банки. В первую очередь для данной группы банков интересен *второй сегмент регионов*. Сегмент отличается высокой деловой активностью, удобен для развития сопутствующего розничного бизнеса, ввиду достаточно высоких доходов населения (имеется возможность развивать как кредитование, так и депозиты, что соответствует модели универсального банка). Для данной группы банков интересны также первый и четвертый сегменты, однако в первом они в основном уже активно работают, а четвертый менее интересен с точки зрения развития корпоративного бизнеса. Третий сегмент наименее привлекателен для данной группы банков, так как характеризуется низкими доходами и низкой деловой активностью.

Банки, специализирующиеся на розничном кредитовании. Для этой группы банков *третий сегмент* можно считать приоритетным. Высокие объемы розничного кредитования говорят о спросе на кредитные продукты со стороны населения. При этом, ввиду того, что в данном сегменте регионов уровень банковского присутствия ниже среднего можно ожидать и более низкий уровень конкуренции. Регионы, попавшие в первый и второй сегменты, также могут представлять интерес, однако в этом случае розничным банкам придется конкурировать с универсальными банками. Четвертый сегмент менее всего интересен для данной группы банков, ввиду относительно низкого спроса на кредитные продукты со стороны населения.

Иностранные банки. Выявленные стратегические приоритеты данной группы позволяют сделать вывод, что в первую очередь для данной группы банков будет интересен *первый сегмент*. В случае, если иностранный банк утвердится в регионах первого сегмента и решит продолжить экспансию, то, как и для крупнейших российских банков, следующей целью могут стать регионы второго сегмента.

Региональные банки, стремящиеся выйти на федеральный уровень. Задачи регионального развития банков данной группы определяют то, что разумным подходом является выход в регионы, относящиеся к тому же сегменту, что и базовый регион с учетом географической близости. По мере накопления опыта работы в разных регионах данное условие может стать менее важным и тогда на первый план выйдет соответствие стратегическим приоритетам банка.

Банки, специализирующиеся на развитии ипотеки. Для развития ипотеки наиболее удобным является *четвертый сегмент*. Он характеризуется значительными накоплениями средств на депозитах, которые могут быть использованы как первоначальный взнос, а также относительно низкой задолженностью по кредитам физических лиц, что говорит о потенциале роста.

Безусловно, для принятия решения о выборе целевых регионов в рамках формирования стратегии банка необходима дальнейшая фильтрация и ранжирование списка регионов, направленные на последовательное сужение спектра возможных вариантов. Окончательному выбору целевых регионов должен предшествовать углубленный анализ конкретных региональных рынков по целому ряду аспектов. Однако, предложенный подход позволяет существенно сузить и конкретизировать зону выбора альтернативных направлений региональной экспансии.

4. Конструирование новых банковских продуктов, основанное на методологии конджойнт-анализа, позволяет разрабатывать новые продукты, отвечающие нуждам потребителей и способные принести кредитной организации наибольшую выгоду.

Предложена методика конструирования новых розничных банковских продуктов, учитывающих предпочтения региональных потребителей, основанная на методологии конджойнт-анализа.

Конджойнт-анализ позволяет решать широкий спектр *задач*, связанных с оптимизацией продуктового предложения коммерческого банка (определение наилучшего количества продуктов в портфеле, а также лучших условий для каждого из продуктов), определением реакции рынка на принципиально новое (инновационное) предложение, выявлением факторов успеха продуктов-победителей.

Исходные положения методологии конджойнт-анализа применительно к разработке розничных банковских продуктов могут быть резюмированы следующим образом:

- Продукт полностью описывается как набор свойств (атрибутов). Атрибуты для кредитов: срок, обеспечение, процентная ставка, комиссии, ограничение на досрочное погашения, сервисные условия (скорость, форма выдачи, возможные способы погашения), штрафы за нарушение условий кредита, и.т.д.
- Каждый атрибут вносит свой вклад в общую оценку продуктов потребителем. Размер этого вклада называется «важностью» атрибута.
- Каждому атрибуту приписывается свой список уровней. Этот список уровней должен покрывать все предлагаемые на рынке условия по данному атрибуту (например, диапазон ставок по кредитам наличными – 12-32%, скорость принятия решения о выдаче – от 1 часа до 7 рабочих дней).
- Любой конкретный продукт на рынке (то есть продукт, реально предлагаемый каким-то банком), может быть представлен с помощью набора значений уровней для каждого атрибута (закодирован).
- С помощью кодирования всех продуктов присутствующих на рынке банков (на практике какого-то репрезентативного набора) можно получить реалистичную модель рынка по продукту

Методика конструирования розничных банковских продуктов объединяет следующие этапы:

Этап 1. Определение ключевых атрибутов и уровней

Этап 2. Определение важности атрибутов и полезности уровней

На данном этапе проводится сложное компьютерное обследование потребителей, представляющих пользователей (потенциальных пользователей) продукта в данном регионе. Для каждого потребителя определяются важности всех атрибутов и полезности уровней (полезности и важности определяются в ситуации «при прочих равных условиях»).

Этап 3. Конструирование модели рынка

На основании важностей атрибутов и полезностей уровней определяется лучший продукт на рынке для каждого потребителя, а также его доли предпочтений по всем продуктам (так, чтобы в сумме они давали 100%). Все данные по отдельным потребителям агрегируются в модель рынка, которая позволяет проводить варианты исследования.

В *результате* построенная модель рынка позволяет проверять любые гипотезы по включению в продукты принципиально новых свойств, оценивать, какую долю рынка получит новая продуктовая линейка, рыночным позициям каких существующих на рынке продуктов она в первую очередь нанесет ущерб.

Имея результаты конджойнт-анализа, можно определить продукт, способный принести кредитной организации наибольшую выгоду.

Автором предложен алгоритм расчета прогнозной прибыльности любого банковского продукта за определенный период времени, включающий последовательный расчет параметров, входящих в формулу:

$$\pi = N * y * (i + f) * (1 - u) - u * k * N * y - c * N - p * I, \text{ где}$$

N – количество проданных продуктов за период;

y – средний размер продукта, приобретенного клиентом финансовой структуры (размер кредита, вклада в паевой фонд, и.т.д.);

i – ставка основного вознаграждения по продукту;

f – величина дополнительных комиссий по продукту, приведенных к единице реализованного продукта;

u – доля неблагоприятных исходов по продукту, например, невозвратов по кредитам;

k – потери основной стоимости продукта, в случае наступления неблагоприятного исхода;

c – затраты на один реализованный продукт (как правило, они слабо зависят от размера проданного продукта);

p – доля первоначальных вложений на введение продукта, отнесенная на данный период;

I – размер первоначальных инвестиций в продукт.

Далее, если критерием внедрения продукта является получение максимальной прибыли, то достаточно перебрать все возможные варианты продуктов и выбрать продукт с наибольшей ожидаемой прибылью.

Возможности предложенного подхода продемонстрированы в работе на примере разработки ипотечных продуктов для европейского банка N, планирующего выход на российский рынок ипотечного кредитования.

Исследование проводилось в 2007 г. в двух регионах: Москва и Екатеринбург. В рамках обследования респонденты проходили несколько последовательных этапов компьютерного опроса, обнаруживая свои предпочтения относительно конкретных характеристик ипотечных продуктов. Было опрошено 100 потенциальных потребителей ипотеки в Москве и 50 в Екатеринбурге. Данные опроса показали, что предпочтения потребителей ипотечных продуктов Екатеринбурга существенно отличаются от приоритетов москвичей.

В результате было сформировано продуктовое предложение для трех сегментов рынка жилья (вторичного рынка, первичного рынка и сегмента «улучшение жилищных условий»), обеспечивающее наибольшую прогнозируемую доходность для банка. Определенные на основе построенной модели рынка ожидаемые доли продуктов банка N в рассматриваемых сегментах Москвы и Екатеринбурга свидетельствуют о том, что разработанные для

банка N ипотечные продукты по нашему прогнозу обещают быть достаточно успешными. Расчеты проводились с использованием программного продукта SMRT американской компании Sawtooth Soft Ware, специализирующейся на производстве программных продуктов для конджойнт-анализа.

Итак, факторы и условия структурного и пространственного развития российской банковской системы обуславливают то, что стратегические приоритеты многих крупных федеральных и региональных кредитных организаций, ориентированных на рост стоимости и инвестиционной привлекательности своего бизнеса, включают экспансию коммерческих банков на региональные рынки предоставления финансовых услуг населению. Для крупных банковских структур, развивающих региональные розничные сети, может быть применен предложенный автором методический подход к формированию стратегии региональной экспансии. Разработанный в рамках общего подхода инструментарий формирования продуктового предложения может быть полезен и региональным банкам, сконцентрированным на работе в своем регионе.

Основные положения и выводы диссертационного исследования отражены в следующих научных публикациях:

1. Аношин Д.Г. Особенности распространения банковских услуг в регионах России // Регион, 2008, №1, 141-153.
2. Аношин Д.Г. Анализ существующих типов банковских систем регионов России. // Управление инновациями на предприятии: проблемы, методы и механизмы. Сб. науч. тр. / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. - Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2008 - с. 274 – 284.
3. Аношин Д.Г. Разработка финансовых продуктов с использованием конджойнт-анализа // Региональная политика развития предпринимательства и промышленности. сб. науч. тр. / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. - Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2007. - с. 294-308
4. Аношин Д.Г. Неприятие риска как фактор, способствующий развитию кризисов на фондовом рынке. // Функционирование предприятий в

- российской экономике: проблемы и решения. Сб. науч. тр. / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. - Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, 2006. - с. 245 – 252.
5. Аношин Д.Г. Анализ механизма развертывания кризисов на фондовых рынках. //Материалы XLIV международной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс». Экономика. Новосибирск, 2006. – с.146-147.
 6. Аношин Д.Г. Экономическая природа и практика работы с банковскими гарантиями. // Совершенствование институциональных механизмов в промышленности. Сб. науч. тр. / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. - Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005. - с. 329-337.
 7. Аношин Д.Г. Возникновение «пузырей» на финансовых рынках. //Материалы XLIII международной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс». Экономика. Часть II. Новосибирск, 2005. – с.7-8.

С авторефератом можно ознакомиться на сайте института экономики и организации промышленного производства СО РАН по адресу:
<http://www.econom.nsc.ru/ieie>.