

Развитие инструментария маркетинга как элемента регулирования рынка банковских услуг

© 2012 Н.Г. Кузнецов

доктор экономических наук

© 2012 Н.В. Кошель

кандидат экономических наук

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

E-mail: ter_finlaw@mail.ru

В статье рассмотрены инструменты маркетинга как элемента регулирования рынка банковских услуг. Концептуальная линия направлена на расширение и дополнение инструментов воздействия органов надзора на преодоление кризисных явлений в функционировании рынка банковских услуг. Показана необходимость применения маркетингового инструментария с целью повышения качества используемой для регулирования информации.

Ключевые слова: кризис доверия, кризис ликвидности, регулирование финансового бизнеса, финансовые и маркетинговые способы оценки риска.

1. Описание кризиса доверия

Финансовые потрясения неизбежно сопровождаются нарушением устойчивых связей, изменением механизмов образования и функционирования экономических контактов. Это очевидно не только специалистам, но и понимается всем обществом, что отражается в публицистических материалах: “Любой финансовый кризис - это, по сути, кризис доверия. Клиентов - к банкам. Банков - друг к другу. Общества - к финансовым институтам государства”¹. Анализируя финансовые кризисы, эксперты выделяют различные цепочки последствий, приводящие к негативным результатам. Состав и структура данных цепочек могут различаться, но практически всегда исходным пунктом и постоянно действующим негативным фактором выступает кризис доверия. Даже в случае образования кризисных процессов извне их зарождение и развитие в рамках локальной финансовой системы сопровождается недоверием участников рынка.

Для отечественного финансового рынка современный мировой кризис начался с обрушения ипотечного и после этого фондового рынка США. Некоторый краткосрочный период времени Россия еще могла рассматриваться как “тихая гавань” в неблагоприятных финансовых условиях мирового рынка. Однако в результате оттока средств иностранных инвесторов, который ухудшил ликвидность банков, использовавших иностранные заемные средства, кризис пришел в Россию и привел к существенному снижению котировок российских ценных бумаг. Возник кризис доверия и одновременно кризис ликвидности, который выразился в остановке рынка МБК и рынка РЕПО.

Экстренные меры Правительства России позволили в целом преодолеть проблему ликвидности, но сохранился кризис доверия, который сдерживал банки в выдаче кредитов. Недоверие стало одним из элементов эффекта домино, когда финансовая неустойчивость одного из партнеров приводила к проблемам получения финансовых ресурсов всей цепочки товаропроизводства и реализации вплоть до потребителей. Недостаток финансового обеспечения привел к падению спроса, что породило снижение, остановку производства, что, в свою очередь, в еще большей степени ухудшило функционирование финансовой системы. Таким образом, сформировался саморазрушающийся цикл: “Недостаток финансов - падение спроса - снижение производства - недостаток финансов - падение спроса ...” Кредитные риски в таких условиях наивысшие, и только значительное вмешательство всех государств в собственные финансовые системы и фактически национализация крупнейших финансовых институтов США - ведущих ипотечных, страховых компаний, автопроизводителей - позволили приостановить действие самовоспроизводящихся факторов кризиса.

Представленная структура современного финансового кризиса рассматривается экспертами как совокупность функциональных кризисов²:

- кризис доверия: банки перестают давать деньги друг другу плюс отток денег за рубеж в якобы “тихие гавани”;
- кризис ликвидности: следствие кризиса доверия;
- кризис активов: отсутствие возможности перекредитоваться вызывает корпоративные дефолты;

- кризис капитала: дефолты вызывают образование дополнительных резервов и уменьшают капитал, создавая опасность нарушения банком нормативов, привязанных к величине капитала.

Следует отметить, что указанные функциональные кризисы не разделяются в действительности, а сочетаются и в большей степени выступают как определенные направления ухудшения финансовой ситуации в рамках развития общего кризиса. Именно это характерно для кризиса доверия – он существует на всех этапах финансового кризиса, но на каких-то этапах ведущим является данный кризис, а на других – значимыми становятся иные проблемы (например, недостаток ликвидности).

2. Необходимость развития теории регулирования

Поиск путей выхода из мирового финансового кризиса выявил недостаток современного теоретико-методологического обоснования функционирования финансовых институтов. Исследователи все более четко указывают на слабости механизмов саморегулирования и необходимости их поддержки и дополнения: “Гипотеза эффективных рынков в сфере финансов в настоящее время не работает. Финансы не могут быть саморегулируемыми. Регулирование финансового бизнеса оправдано потребностью защиты потребителей, налогоплательщиков от больших долгов и граждан от опасности финансовой и макроэкономической нестабильности”³.

3. Особенности банковского рынка

Кроме констатации недостаточности самостоятельных механизмов саморегуляции финансовых рынков, исследователи обращают внимание на особенности самой сферы финансовых отношений, прежде всего, в банковском секторе, который формируется “не обычными коммерческими организациями”: “Мотивы максимизации прибыли являются важным условием стабильного выполнения банками обязательств перед клиентами, вкладчиками, акционерами, государством. Однако в неблагоприятных ситуациях эти мотивы неизбежно вступают в противоречие с моральными обязательствами. Это противоречие тем опаснее, чем большим объемом чужих имущественных прав данный банк оперирует. Законодательное закрепление мотива максимизации прибыли усиливает потенциальные опасности, если оно не уравновешивается адекватными юридическими определениями моральных и этических норм лицензированной банковской деятельности”⁴. В данной особенности государственного регулирования банковской деятельности прояв-

ляется то, что рынок финансово-кредитных услуг наиболее чувствителен к уровню доверия между его агентами.

На традиционных рынках массовых потребительских товаров и услуг доверие к производителю значимо, но оно поддерживается масштабными механизмами законодательного и общественного регулирования, предоставления полной информации о продукции, обязательности расчетов, выполнения гарантийных обязательств и т.д. В принципе, потребитель может даже не доверять отдельному поставщику, но, располагая механизмами обеспечения своих прав, он имеет достаточно возможностей для защиты своих интересов. Доминирующими факторами рыночного поведения производителей и посредников выступают параметры цены и качества товаров. Производители могут меняться, потребители способны кардинально изменять свои предпочтения, что наиболее полно проявляется на рынке модных товаров. Однако значительные изменения в поведении производителей и потребителей на массовых рынках могут осуществляться в рамках сбалансированной работы рыночных механизмов обмена: если не состоялся обмен с одним агентом, можно найти конкурирующий товар.

Однако многие сферы хозяйственной деятельности, прежде всего в области сервиса, предполагают установление длительных отношений между производителем и потребителем. Например, в области медицинских и образовательных услуг широкий выбор может быть осуществлен в начале предоставления данных услуг, однако в процессе их оказания смена производителя услуг может быть достаточно сложной. Более этого, уход с рынка производителя может стать значительным негативным событием для потребителей его сервиса. Поэтому в данных сферах, а также в области кредитных и страховых услуг крайне важно доверие как к конкретной организации, так и ко всему рынку.

На рынках продуктов, предполагающих высокий уровень доверия между производителями и потребителями, крайне важно гармоничное и устойчивое воспроизводство отношений обмена, не вызывающих резкого потребительского реагирования при различных изменениях. То есть важность понимания поведения агентов различных рынков обуславливается особым механизмом их функционирования: если на традиционном массовом потребительском рынке, механизмы функционирования которого достаточно глубоко исследованы в маркетинге, потребителю практически безразлично, что происходит с производителем продукта, от которого он отказыва-

ется, то на рынке банковских услуг потребитель заинтересован в устойчивости кредитной организации не меньше самого банка. В данном случае можно говорить о “рыночно надежном” поведении как потребителей, так и производителей услуг - изменение поведения любого агента рынка не должно наносить ущерб общему состоянию обмена, подрывать доверие между сторонами.

4. Риски как показатели надежности рыночного поведения

В банковской сфере надежность рыночного поведения рассматривается с точки зрения риска совершения кредитной деятельности: “Особенно важным представляется ясное понимание сущности банковских рисков, возможностей управления ими и их регулирования... Отметим, что банковская деятельность по своей сути является деятельностью очень рискованной. В самом деле, банкир должен деньги привлечь, затем разместить их, вовремя получить их обратно да к тому же еще на этом заработать. Соответственно, управление рисками - это ключевая задача банковского менеджмента. А кредитная организация - это не что иное, как организационная система управления банковскими рисками”⁵.

5. Развитие методик оценки риска

Соглашаясь с тем, что работа банковских организаций - это прежде всего управление рисками, приходится также согласиться и с тем, что современные способы оценки рисков явно недостаточны: “Возможности большинства кредитных организаций в части объективной оценки кредитных и финансовых рисков остаются ограниченными и недостаточными”⁶. Причины недостаточной оценки рисков достаточно многообразны⁷: отсутствие культуры раскрытия финансовой и бизнес-информации; неразвитость системы отечественных кредитных рейтингов субъектов хозяйствования; ограниченность нефинансовой информации о хозяйственной деятельности предприятий и присущем данной сфере экономики риске.

Резюмируя обзор недостатков существующих методик оценки рисков, эксперты отмечают: “Нынешний кризис показал, что фундаментальные экономические причины кризиса не всегда являются определяющими в колебаниях рыночных показателей, поэтому классические методы оценки риска в условиях кризиса не дают объективного и адекватного результата. В части слож-

ности оценки финансовых рисков следует отметить ограниченную развитость инфраструктуры финансового рынка, неадекватность рыночных цен по ряду активов в отдельные моменты времени, в результате наличия возможности манипулирования рынком у отдельных участников”⁸. Развитие методик оценок риска должно проводиться как в рамках теории финансов, так и с использованием других экономических инструментов, в частности маркетинга.

Финансовые и маркетинговые способы оценки риска не должны противопоставляться, поскольку они едины в своей нацеленности на понимание состояния субъекта хозяйствования, степени рискованности его операций, что, по мнению экспертов, является главным в аналитической работе кредитного учреждения: “Основной инструмент здесь - доскональное знание своего клиента, особенностей его бизнеса, устоявшиеся отношения с ним, позволяющие получать информацию раньше рынка”⁹.

Использование маркетинга для уточнения степени риска развития экономического состояния отдельного заемщика в интересах кредитной организации не требует специальных масштабных теоретико-методологических разработок - маркетинговые исследования рынков и прогнозы продаж достаточно полно позволяют оценить будущее финансовое состояние кредитруемого и принять решение о сотрудничестве с ним. В данном случае речь может идти об уточнении и детализации маркетинговых исследований, применяемых для обоснования финансовых решений. В то же время, с точки зрения использования маркетинга для решения задач регулирования всего рынка кредитных услуг, необходимы специальные как теоретические, так и методологические разработки.

¹ *Выжуртович В.* Разжигание спокойствия. Финансовый кризис в России // Рос. газ. 2008. 2 дек. (□ 4803).

² Переоценка рисков в кризис // Банковское обозрение. 2008. □12.

³ *Кузнецова В.В.* Система сломалась, надо ее укрепить: переосмысление финансового регулирования // Банки: мировой опыт. 2011. □ 1 - 28 февр.

⁴ *Беляков А.В.* Банковские риски: проблемы учета, управления и регулирования. 2-е изд. Управленческая методическая разработка. М., 2004.

⁵ Там же.

⁶ Переоценка рисков в кризис.

⁷ Там же.

⁸ Там же.

⁹ Там же.