

СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ И ИХ ТРАНСФОРМАЦИИ В ИНВЕСТИЦИИ

В статье рассматриваются вопросы формирования в России долгосрочных вкладов населения, повышения уровня сбережений за счет изменения процентной политики, повышения суммы гарантирования вкладов населения, проведения разъяснительной работы среди населения, а также перехода банков к клиентоориентированной модели розничных услуг. Это позволит повысить роль сбережений населения в инвестициях в российскую экономику.

Ключевые слова: денежные доходы населения, сбережения населения, долгосрочные вклады населения, системы рыночных фондов «длинных» денег, стимулирование денежных сбережений населения, взаимодействие банка с клиентами, трансформация сбережений населения в инвестиции.

Для современного состояния российской экономики проблема инвестиционных ресурсов является достаточно острой и трудноразрешимой. Со стороны государства, банковского сообщества, предприятий ведется все более активный поиск источников финансирования для удовлетворения инвестиционных потребностей. В основном усилия в этом направлении связаны с зарубежными инвесторами и попытками привлечь иностранный капитал. Вместе с тем недостаточно востребованным остается мощный и реальный финансовый потенциал, сосредоточенный у населения. Рынок банковских депозитов является наиболее динамично развивающимся сегментом российского рынка банковских услуг. И прежде всего это связано с развитием рынка вкладов населения. Мировая практика показывает, что сбережения населения являются самыми устойчивыми инвестиционными ресурсами коммерческих банков. В России на пути трансформации сбережений в инвестиции существует много препятствий. Основным барьером в привлечении денежных средств населения во вклады кредитных организаций является низкий уровень доходов населения и большая их дифференциация. Доходы российских граждан в десятки раз уступают западному уровню. В России лишь 4–5% семей делают накопления, но не все размещают их в коммерческих банках. На 2% граждан приходится свыше 60% общей суммы вкладов, а 70% не имеют их вовсе [2].

Денежные доходы в среднем на душу населения в России в 2008 г. составили 15106 руб., в январе 2009 г. – 11430 руб. Индекс роста в 2008 г. по сравнению с 2007 г. – 119,9%, что несколько ниже аналогичного показателя предыдущего года (123,6%), январь 2009 г. по отношению к

январю 2008 г. – 107,3% (127,1%). Гораздо более удручающей выглядит ситуация, если рассматривать доходы в постоянных ценах. Так темп роста реальных располагаемых доходов населения в конце 2008 г. составил 102,7% по сравнению с 112,1% в 2007 г., в январе 2009 г. – 93,3% по сравнению с 110,1%. Аналогична ситуация и с заработной платой. По итогам 2008 г. темп роста заработной платы в номинальном выражении составил 125,2% (127,8% – в 2007 г.), в реальном – 109,7% (117,2% – в 2007 г.) [4].

Рост уровня благосостояния населения, зависящий от эффективности социально-экономической политики государства в целом и каждого региона в отдельности, приведет к дальнейшему увеличению сбережений населения, изменению их структуры и позволит устранить трудности в сбалансировании ресурсов кредитных организаций по стоимости и срокам, а в конечном счете – решить многие задачи по инвестированию экономики и создать механизм, при котором денежные средства, привлеченные банками в регионах, будут работать в интересах этих регионов. Поэтому важнейшей задачей в современный период является обеспечение роста доходов населения и снижение уровня их дифференциации.

В любой экономике денежные средства населения являются главным источником долгосрочных ресурсов. Но в России даже до финансового кризиса данный сегмент рынка был слабо развит. На начало 2008 г. депозиты срочностью более года занимали 62,4% всех привлеченных вкладов, а на депозиты сроком свыше трех лет приходилось только 7,3%. Существовало и более важное ограничение для развития рынка вкладов: население не только не хотело делать долгосрочные сбережения, но не было готово и

просто сберегать. По данным опроса, проведенного Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ) осенью 2008 г., примерно половина россиян (51%) тратили деньги на текущие покупки, ничего не сберегая. Длительная доступность потребительского кредитования дала людям возможность почувствовать преимущества общества потребления. В последние годы темпы прироста розничных кредитов более чем в два раза обгоняли показатели прироста привлеченных средств населения. Негативный опыт 1990-х годов и периодически возникающие диспропорции в банковской системе, а также сохраняющиеся высокие инфляционные ожидания не способствовали формированию культуры сбережений.

Но в современных условиях для региональных банков, которым не всегда доступно увеличение ресурсной базы за счет рефинансирования и привлечения ресурсов на межбанковском рынке, основным источником формирования ресурсов являются средства вкладчиков.

Для модернизации и развития экономике нужна развитая кредитная система, предоставляющая разные по структуре и срочности кредиты, прежде всего инвестиционные. Но в России проблема заключается не столько в их предоставлении, сколько в ресурсах, обеспечивающих реализацию кредитных продуктов.

Основными ресурсными источниками в развитых странах являются сбережения населения и предприятий. А в России доля привлеченных средств физических лиц и нефинансовых организаций в пассивах банковской системы в течение последних лет снижалась с начала 2008 г. на 1,4 процентных пункта за полтора года. Достигнутый уровень – 42% – явно недостаточен для интенсивного развития экономики, особенно с учетом того, что на средства со сроком привлечения более трех лет приходится только 5–6% пассивов. Некоторый рост сбережений населения, который наблюдался в условиях кризиса в 2009 г., пока не стал системным фактором.

Одной из слабостей нашей финансово-экономической системы является превалирование в ней «коротких» денег и фактическое отсутствие в рыночных фондах «длинных» денег. Российский рынок акций так сильно пострадал прежде всего из-за того, что в эти акции были вложены во многом «короткие» деньги, которые в первую очередь изымаются в случае тех или иных неблагоприятных процессов. И весьма тяжелое обострение проблем ликвидности рос-

сийских банков, инвестиционных комиссий тоже связано с тем, что в них преобладают «короткие» деньги. И когда на «короткие» деньги приобретаются активы, для которых требуются «длинные» деньги, например недвижимость и земля, то заминка с ликвидностью достаточно быстро приводит к неплатежеспособности этой кредитной организации, поскольку она не может в короткий срок реализовать недвижимость, землю, другие «длинные» активы.

«Длинные» деньги – это долгосрочные кредиты, характерны для неинфляционной экономики, когда выгодны и надежны инвестиции на долгий срок. «Короткие» деньги – это краткосрочные кредиты; характерны в период инфляции, когда инвестиции на долгий срок невыгодны [1].

В развитых странах существует целая система рыночных фондов «длинных» денег. Это негосударственные фонды накопительных пенсий, «длинные» деньги страховых обществ, полученные прежде всего за массовое страхование жизни. К таким фондам относятся также паевые фонды, которые накопили огромные средства. Наконец, в самих западных банках довольно высока доля «длинных» денег, и определенная часть этих «длинных» денег направляется на приобретение ценных бумаг, в том числе акций, которые во многом обеспечивают их стабильность, меньшую волатильность (изменчивость курса на бирже в определенный период).

В России практически отсутствуют рыночные фонды «длинных» денег. Имеется небольшой фонд накопительных пенсий, образованный за счет отчислений с предприятий (около 10 млрд. долл.), имеются негосударственные добровольные накопительные пенсионные фонды – тоже около 10 млрд. долл. Активы страховой системы составляют 40 млрд. долл. В паевых фондах накоплено около 20 млрд. долл. В пассивах российских банков всего лишь около 4% «длинных» денег, в подавляющей части трехлетних. Проблема «длинных» денег в России недооценена. Это повлекло трудности с формированием инвестиций, для чего нужны «длинные» деньги. России надо было бы увеличить норму инвестиций в ВВП, которая ниже, чем средняя норма инвестиций развитых стран: в России эта норма составляет 20%, а в развитых странах – в среднем 21%. Но развитые страны увеличивают ВВП в год на 2,5–3%, имеют развитую инфраструктуру, обновленные основные фонды. Им этой нормы инвестиций хватает на все вложения: и на обновление фондов, и

на инфраструктуру, и на прирост фондов для обеспечения экономического роста, и на жилищное и социальное строительство. России 24% совершенно не хватает ни на инфраструктуру, которая крайне отстала, ни на обновление фондов, которые имеют высокий уровень морального и физического износа, ни на качественное экономическое развитие, ни на приемлемый размер жилищного и социального развития [3].

Без «длинных» денег – основы инвестиций, основы стабильности финансовой и банковской систем у России не может быть благоприятного, эффективного развития. Поэтому финансовый кризис четко высветил проблему: России нужно создавать рыночные фонды «длинных» сбереженных денег. Этот вывод можно было сделать еще после кризиса 1998 г. Отдельные страны СНГ такие выводы сделали. Республика Казахстан, например, с 1997 г. ввела накопительную пенсионную систему, и за прошедшие годы там образован весомый фонд накопительных пенсий, который является источником инвестиций. Норма накопления в Казахстане составляет не 20%, как в России, а 30%. По расчетам экономистов, если бы Россия в 1997 г. сделала то же самое, что и Казахстан, сегодня в России был бы накопленный пенсионный фонд в размере примерно 150 млрд. долл., из которого значительная часть могла бы стать источником инвестиций. Это значительно укрепило бы фондовый рынок [5].

В период кризиса возрастает риск банкротства банков, и население испытывает нервность по поводу сохранности своих вкладов, поэтому государство увеличивает гарантии вкладов. Сумма гарантированного вклада в России увеличена до 700 тыс. руб. (около 25 тыс. долл.), в США гарантируются вклады до 200 тыс. долл., а в отдельных странах Европы в связи с кризисом государства гарантируют все вклады населения.

Наличие механизма защиты интересов вкладчиков значительно повышает сберегательную активность населения. Для российской банковской системы вопрос внедрения в практику механизма, способного защитить средства граждан от потери банками, стал актуальным с момента перехода от одноуровневой банковской системы на двухуровневую. Начиная с 1990 г. проблема создания системы гарантирования вкладов становилась все более значимой по мере роста числа коммерческих банков, работающих на рынке банковских услуг населению. Отсутствие ответственности банковской систе-

мы перед вкладчиками за потерю вкладов значительно подорвало доверие населения к российской банковской системе. Отсюда вытекает важность создания механизма защиты вкладов и включения в число элементов сберегательной политики коммерческих банков мер, создающих оптимальные условия для безопасного хранения средств населением.

В современных условиях приоритетной задачей привлечения ресурсов является стимулирование сбережений населения за счет целевого их использования (первоначальные накопления на решение жилищных и бытовых проблем, участие в фондах, стимулирующих ставки процентов при безотзывном размещении средств на депозитах на длительный срок, выборочное повышение уровня страховых гарантий для отдельных видов вкладов).

Решение этих проблем может быть предусмотрено при формировании денежно-кредитной политики, процентной политики и их реализации. Направления стимулирования сбережений представлены на рис. 1.

Успешное решение этих проблем, по нашему мнению, возможно только в том случае, если банки будут формировать социальную систему банковского сервиса, использовать маркетинговые исследования рынка сбережений населения. В настоящее время маркетинг в банках рассматривается лишь как способ изучения рынка, хотя это комплексная система, включающая помимо изучения рынка разработку и формирование маркетинговой стратегии и создание системы методов стимулирования продвижения банковских продуктов, в том числе по аккумуляции денежных средств. Банковский маркетинг является и методом реализации сберегательной политики.

Создание надежной системы привлечения средств населения в качестве банковских ресурсов, которая гарантировала бы их возврат и стимулировала экономический рост, является одной из ключевых задач современного этапа развития банковской системы.

Основой построения эффективной технологии взаимодействия с клиентами банка в сфере розничных банковских услуг является адекватная система информации о клиентской базе, получаемой путем проведения маркетинговых исследований. Единая база данных о клиентах позволяет определить характер взаимодействия с ними и разработать соответствующую программу маркетинговых мероприятий по

привлечению и удержанию клиентов банка.

Взаимодействие с клиентами должно складываться как на основе определения ценности клиента для банка, так и ценности банковских услуг и банка для клиентов. При этом оценка эффективности взаимодействия каждой из сторон будет зависеть от уровня определяемой ими фактической ценности. Ценность определяется как разница между ценностью предложения и издержками. Ценность клиента для банка будет складываться из таких показателей, как история транзакций, кредитная история, настоящая и будущая доходность за вычетом расходов на его привлечение и обслуживание. Ценность банковских услуг для клиента определяется как разница между суммой совокупных выгод и издержками потребления конкретной банковской услуги. С ростом ценности клиента для банка должна осуществляться переоценка потребительской ценности банковских услуг, предлагаемых данному клиенту. Отметим, что современные CRM-системы

позволяют отслеживать текущее состояние и историю взаимоотношений с клиентами, что дает возможность определить набор средств маркетингового воздействия на клиента в зависимости от стадии взаимодействия с ним (рис. 2).

Привлечение клиентов на обслуживание в банк является классической функцией маркетинга и включает стандартный набор средств продвижения: рекламу, стимулирование сбыта, связи с общественностью и личные продажи. Конечной целью привлечения клиентов является заключение сделки, осуществление продажи банковской услуги. Техника привлечения клиентов в банк включает прямое и косвенное привлечение. Прямое привлечение подразумевает работу сотрудников банка и личное обращение к потенциальным клиентам. Косвенное привлечение осуществляется опосредованно и не содержит адресного обращения к потенциальным клиентам (реклама, имиджевое воздействие, Интернет, PR-акции и т. п.). В силу особенностей сферы розничных банковских услуг косвенные способы привлечения населения являются преобладающими в практике банков. Но для того чтобы получить конкурентные преимущества, необходимо использовать прямые коммуникации для привлечения клиентов – физических лиц. Для этого можно использовать следующие способы привлечения клиентов:

- прямые адресные рассылки коммерческих предложений;
- выезд специалистов банка на территорию клиентов – физических лиц;
- работа консультантов в точках продаж товаров и услуг;
- работа специалистов по привлечению сотрудников организаций – корпоративных клиентов банка и т. п.

Сохранение сложившейся банковской клиен-

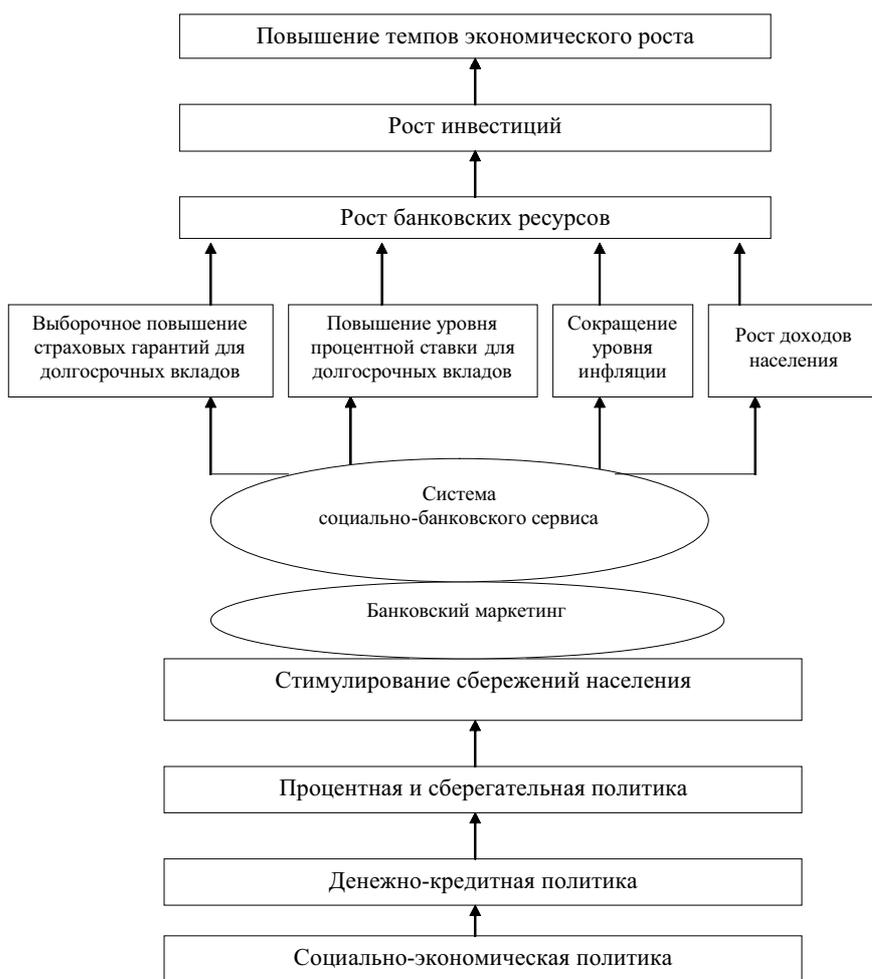


Рисунок 1. Направления стимулирования сбережений населения

туры в сфере розничных услуг основывается на формировании и повышении ее лояльности. Для достижения этих целей, по нашему мнению, банку необходимо проводить следующие мероприятия:

1. Необходим анализ текущего состояния клиентской базы банка. Для определения эффективности работы по удержанию клиентов рассчитывается коэффициент сохранения клиентов в зависимости от количества лояльных клиентов банка или клиентов, прекративших обслуживание в банке. Необходимо устанавливать причины потерь клиентов, а также постоянно осуществлять анализ жалоб и предложений своих клиентов.

2. На основе анализа историй взаимоотношений с клиентами банк сегментирует клиентскую базу, определяет ценности клиентов. Политика удержания клиентов должна быть направлена прежде всего на тех из них, которые представляют наибольшую ценность для банка.

3. Банк должен разработать программу сохранения клиентов (программу лояльности). Средствами формирования лояльности наиболее значимых для банка клиентов в сфере розничных услуг могут быть:

- предложение индивидуальных условий обслуживания;
- разработка специальных предложений, изменение потребительских характеристик услуг;

- накопительные балльные системы;
- программа поощрений в зависимости от срока обслуживания, объема операций и т. д.;
- участие в кобрендинговых программах лояльности.

Переход к клиентоориентированной модели розничного банковского бизнеса подразумевает перестройку всей внутренней деятельности банка, и прежде всего формирование соответствующей стратегии, организации и использования специализированных технологий.

28.05.2010

Список использованной литературы:

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 4-е изд., доп. и перераб. М.: Институт новой экономики, 1999, с. 174.
2. Греков И.Е. О совершенствовании подходов к оценке результатов общественного развития с учетом дифференциации населения по доходам // Финансы и кредит, 2009, №20, с. 73–75;
3. Рыжановская Л.Ю. Население и рынок финансовых услуг: линии защиты сбережений // Финансы и кредит, 2009, №10, с. 64–71.
4. Россия в цифрах. 2009: Крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 525 с. (с. 112, 119, 383, 384).
5. Фетисов Г. Монетарная политика России: цели, инструменты и правила // Вопросы экономики, 2008, №11, с. 8-20.

Сведения об авторе: Лапаев Александр Сергеевич, аспирант кафедры маркетинга и коммерции Оренбургского государственного университета

460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 6404, тел. (3532) 372447, e-mail: nek@mail.osu.ru

Лапаев А.С.

Stimulation of population savings and their transformation into investments

The author of this article regards the questions of forming long-term deposits from population in Russia, increase of savings level due to changes of percent policy, increase of guarantee sum of population deposits, conduction of explanatory works among population, and also banks transfer to client-oriented model of retail services. It allows increasing the role of population savings in investments in Russian economy.

Key words: cash income of population, savings of population, long-term deposits from population, system of market funds of «long» money, stimulation of cash savings from population, interaction of bank and client, population savings in investments.

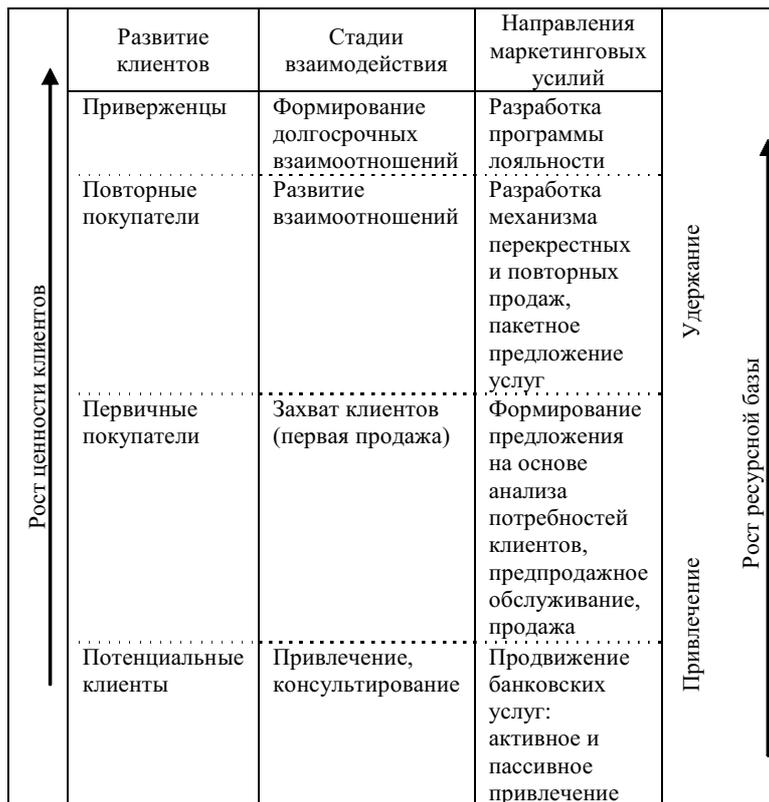


Рисунок 2. Схема взаимодействия банка с клиентами и направления маркетинговых усилий