

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КРЕДИТНОГО БРОКЕРИДЖА В РОССИИ

© 2010 В.О. Макаров*

Ключевые слова: кредитный брокеридж, кредитно-брокерская услуга, кредитный брокер, кредитно-брокерский продукт, потребительские выгоды кредитного брокериджа, взаимодействие кредитных брокеров с банками, социальные аспекты деятельности кредитных брокеров.

Дается понятие кредитного брокериджа и определяется качество кредитно-брокерского продукта и услуги. Раскрывается содержание кредитно-брокерской услуги, выявляются выгоды сотрудничества с кредитными брокерами потребителей и поставщиков кредитов, социальная значимость кредитного брокериджа.

Возникновение и развитие новых сфер деятельности в любых отраслях экономики является, как правило, результатом объективных потребностей рынка. Так, в 2005 г. в сфере розничного кредитования появился новый для РФ вид экономической деятельности - кредитный брокеридж. Примечательно, что предпосылки существования и развития данной сферы услуг связаны не только с потребностями отдельных конечных потребителей кредитных ресурсов и их поставщиков (банков), но и общества в целом.

Кредитный брокеридж - вид посреднической и консультационной деятельности организаций или индивидуальных предпринимателей (кредитных брокеров), направленный на удовлетворение потребности потенциальных заемщиков в получении кредитных ресурсов на условиях, максимально приближенных к оптимальным.

Оптимальными условиями кредитования следует считать такие условия, которые по всем весомым для потребителя критериям занимают лидирующие позиции, с учетом того, что заемщик удовлетворяет требованиям искомой кредитной программы банка. Критериями оптимальности кредита могут быть различные показатели: время рассмотрения кредитной заявки, срок кредита, возможность досрочного погашения, стоимость кредита и пр. Для конкретного потенциального заемщика количество и значимость критериев индивидуальны, у каждого клиента свои *субъективные критерии оптимальности* кредитной схемы.

Кредитный брокеридж - это сфера коммерческой деятельности, в процессе которой

оказываются специфические услуги - кредитно-брокерские услуги. *Кредитно-брокерская услуга - совокупность законных действий и усилий кредитного брокера по поручению потенциального заемщика и действий клиента по рекомендациям кредитного брокера, направленных на получение кредита с оптимальными условиями.*

Содержание кредитно-брокерской услуги раскрыто на рис. 1.

Кредитный брокер не только предоставляет свои профессиональные услуги клиенту, но и продает ему услугу банковского кредита. Потенциальный клиент получает *кредитно-брокерский продукт*, состоящий из оптимальной схемы кредита банка, определенной в соответствии с субъективными критериями оптимальности, и кредитно-брокерской услуги.

Возникновение кредитных брокеров обусловлено рядом преимуществ кредитно-брокерского продукта для потребителей перед услугой банковского кредита (рис. 2).

Экономия энергетических и временных ресурсов. Как и при приобретении материального товара, потребитель собирает информацию о возможных вариантах кредитных продуктов, оценивает их на предмет соответствия со своими ожиданиями и потребностями. Учитывая, что количество банков даже в средних городах измеряется десятками и практически каждый из них предлагает свою продуктовую линейку, имеющую ряд нюансов и особенностей, резонно заключить, что при самостоятельном выборе кредитной программы потенциальный заемщик непродуктивно

* Макаров Вячеслав Олегович, аспирант Самарского государственного экономического университета.
E-mail: womakarov@mail.ru.

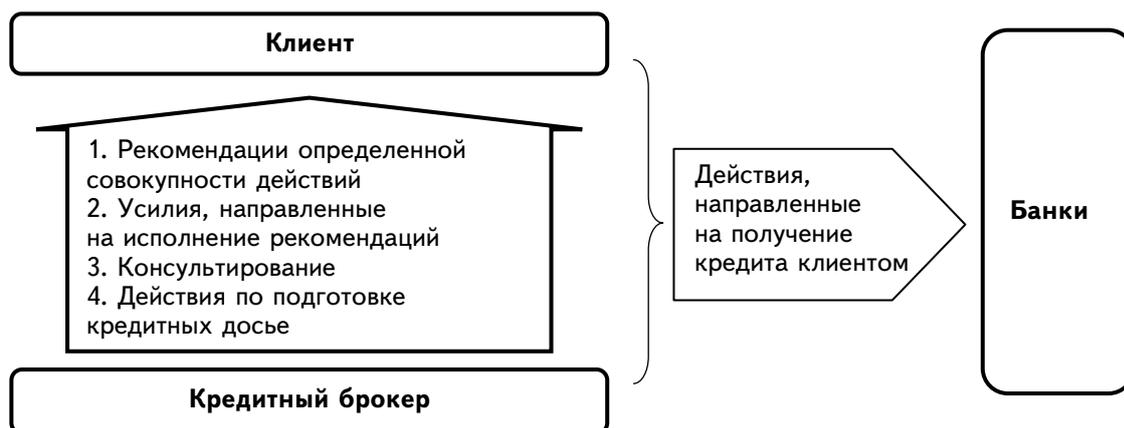


Рис. 1. Содержание кредитно-брокерской услуги

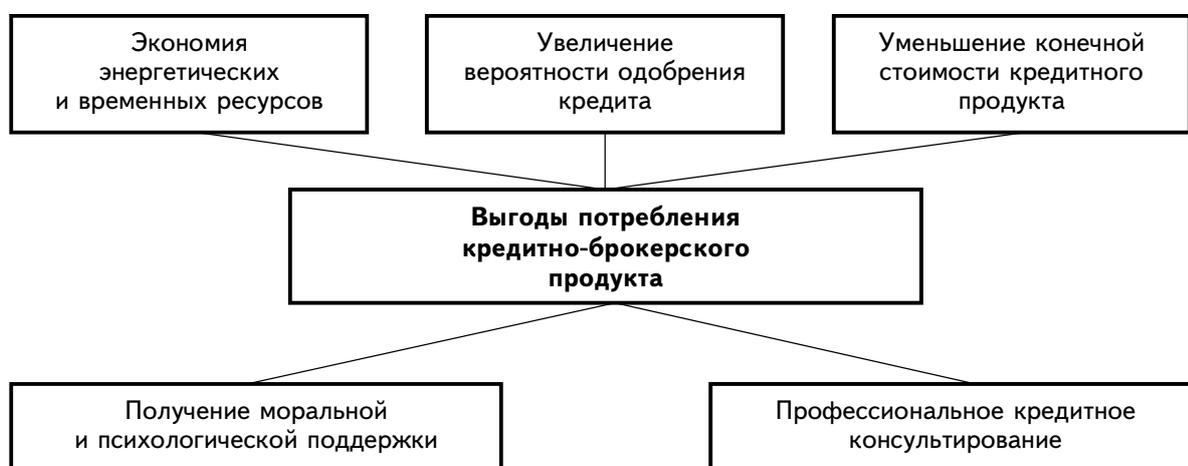


Рис. 2. Потребительские выгоды кредитного брокериджа

тратит свои временные ресурсы. Для овеществления этих временных потерь целесообразно посчитать альтернативные издержки, выражаемые в денежных единицах. Зачастую данный аспект самостоятельного поиска источника финансирования не учитывается клиентом, обращающимся в кредитную организацию напрямую. Данной финансово-экономической близорукостью может обладать как физическое лицо, так и организация. Причем такая трата ресурсов времени объективно названа выше непродуктивной, так как отсутствие профессионализма в этой сфере обуславливает малую вероятность выбора оптимальной схемы кредитования. Банки намеренно скрывают размер общей стоимости кредита, чтобы избежать жесткой ценовой конкуренции. Рядовой потребитель не обладает необходимыми инновационными инструментами и профессионализмом для эффек-

тивного анализа данных предложений банков, вследствие чего, результаты выбора не удовлетворяют критерию оптимальности.

Уменьшение конечной стоимости кредита. На рынке кредитования, несмотря на высокую степень однородности услуг, присутствует достаточно широкий диапазон цен (конечных стоимостей кредита). Денежные ресурсы банков ограничены, и размер предложения не безграничен. Из этого следует, что наиболее дешевые продукты пользуются стабильным спросом и зачастую не нуждаются в дополнительном стимулировании продаж. Более дорогие продукты, напротив, активно продвигаются банками. Как правило, стоимость таких ресурсов выше среднерыночных. Именно эти кредиты являются альтернативой кредитному брокериджу для рядового потребителя. Обладая полной и актуальной информацией предложений рынка,

брокер подбирает вариант кредитования, существенно выгоднее, чем альтернативные варианты клиента, даже с учетом своих коммиссионных.

Профессиональное кредитное консультирование. Квалифицированный кредитный брокер владеет в полном объеме не только данными о стоимостных характеристиках кредитных программ, но и о качественных требованиях банка к потенциальному заемщику. Наличие такой информации позволяет брокерской компании увеличить вероятность получения кредита своим клиентом. Во-первых, это достигается за счет тщательного подбора как банка, и так кредитной программы, потенциальными целевыми заемщиками которых является клиент. Во-вторых, брокер оказывает содействие в выборе формы предоставляемой информации. Подчеркнем, что речь идет именно о форме подачи достоверной информации о клиенте в банк, а не фальсификации данных о заемщике.

Моральная и психологическая поддержка. Банки являются высокоформализованными организационными структурами, со строгими стандартами обслуживания, зачастую не учитывающими индивидуальность каждого клиента. Ряд проверок клиента и анкетных вопросов, по мнению заемщика, не относящихся к сделке, приводит к появлению негативных эмоций клиента. Такое положение дел может привести к конфликтам, которые уменьшают вероятность согласия банка на выдачу средств и делают получение этого кредита клиентом менее желанным. Кредитный брокер может применять любой подходящий к ситуации стиль общения и подготовить соответствующим образом клиента ко всем последующим процедурам рассмотрения кредитных заявок, тем самым, устраняя семантические барьеры и повышая лояльность, как к фирме-брокеру, так и к банку. Кроме того, при организации продаж услуги клиента ставят в известность, что брокер действует исключительно в интересах потребителя. Эта информация делает потребителя более уверенным в успешном исходе дела, что положительно влияет на кредитное досье.

Все вышеперечисленные потребительские выгоды кредитно-брокерского продукта име-

ют ценность для потребителя лишь при определенном уровне качества услуг кредитного брокера.

Как известно, качество услуги - совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, обеспечивающие удовлетворение обусловленных или предполагаемых потребностей¹. Следовательно, уровень качества услуги - это относительная мера качества услуги, определяемая соотношением фактических показателей потребительских свойств услуги с ожидаемыми. Качество кредитно-брокерской услуги определяется совокупностью характеристик системы взаимодействий, обеспечивающих получение кредитных ресурсов на условиях, удовлетворяющих субъективным критериям оптимальности. В кредитном брокеридже уровнем качества услуги называют степень соответствия фактических значений показателей, наиболее значимых для потребителя по субъективным критериям значимости, оптимальным или ожидаемым значениям этих характеристик. Уровень качества кредитно-брокерского продукта зависит и от уровня качества реализуемого кредитного продукта банка.

Восприятие качества заемщика в момент потребления кредитно-брокерского продукта происходит по двум главным аспектам: технический (какая потребительская стоимость у кредитно-брокерского продукта) и функциональный аспект качества (насколько высоко качество процесса предоставления кредитно-брокерского продукта) (рис. 3).

Как видно из рис. 3, восприятие качества происходит по определенным ступеням². Первая ступень - это расхождение между ожиданиями потребителя и представлением руководства кредитно-брокерской компании в отношении уровня качества кредитной услуги банка-партнера. Вторая ступень - это разница между ожиданиями потребителя относительно качества кредитно-брокерского продукта и реакцией менеджмента компании на эти ожидания. Третья ступень - разрыв между пониманием руководством фирмы-брокера ожиданий потребителя и процессом внедрения стандартов оказания услуг. Четвертая ступень - разрыв между качеством внедренного предполагаемого алгоритма обслу-

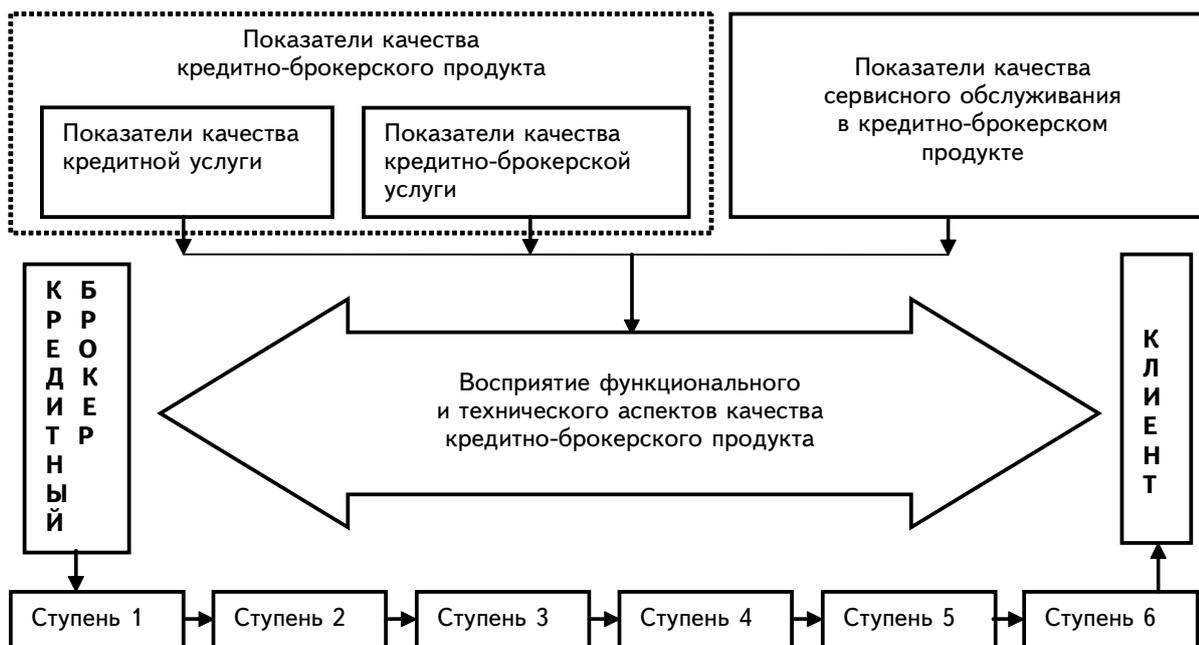


Рис. 3. Концепция качества кредитно-брокерского продукта

живания и системы действий персонала при обслуживании. Пятая ступень - разрыв между существующим уровнем качества кредитно-брокерского продукта и завышенной рекламой уровня качества в СМИ банков и кредитных брокеров. Наконец, шестая, самая главная, ступень - это разрыв между ожиданиями потребителей качества кредитно-брокерского продукта и процессом предоставления этого продукта.

Степень значимости одного и того же показателя может меняться в зависимости от потребностей заемщика. Например, в некоторых ситуациях определяющие значение имеет скорость получения денежных средств, другие характеристики, включая стоимость, второстепенны. Задача кредитного брокера состоит в выявлении ключевого по значимости критерия (или их совокупности) для каждого клиента и в предложении продукта, наиболее полно удовлетворяющего субъективную потребность клиента в ключевой характеристике услуги. Оптимальные значения показателей характеристик - это максимально возможные в существующих условиях рынка кредитования. Кредитный брокер не является поставщиком кредитных ресурсов, поэтому он не создает параметры программ кредитования при формировании кредитно-брокерского продукта. Это означает, что при ожиданиях потребителя, которые превыша-

ют объективные возможности рынка, удовлетворение конкретных потребностей потребителя в полной мере невозможно.

Возникновение кредитного брокериджа обусловлено не только потребностями клиентов - заемщиков, но и самих поставщиков данных услуг - кредитных организаций. Многие банки уже осознали, что дистрибуцию выгоднее и финансово менее рискованно развивать через партнерские сети, которые делают их расходы не фиксированной, а переменной величиной, прямо пропорциональной объемам кредитования. При такой организации продаж банковских услуг исключаются огромные материальные и психологические нагрузки при свертывании собственных подразделений продаж, сокращение персонала и т.д.

Такой же точки зрения придерживается Рой Стефенсон, выделяя следующие преимущества посреднического канала продаж услуг коммерческого банка перед альтернативными каналами:

- ◆ низкая себестоимость;
- ◆ оплата только по результату³.

Выгодность работы с брокерами пока еще не осознана некоторыми российскими банками. Хотя формально брокер не несет ответственности за платежеспособность и добросовестность клиента, так как решение о кредите принимается банком самостоятельно-

но, банки склонны приписывать проблематичных клиентов брокерам. Такая практика применяется лишь ограниченным числом банков; для руководства же большинства банков к настоящему времени стал очевиден положительный экономический эффект сотрудничества с кредитными брокерами.

При спросе на свои услуги, как со стороны банков (аутсорсинг привлечения клиентов и первичная обработка кредитных досье), так и со стороны конечных потребителей ресурсов, возникает вопрос оплаты кредитно-брокерских услуг.

Существует три основных варианта оплаты услуг кредитного брокера (рис. 4).

ся бОльшей комиссией банка; кредитный брокер, как коммерческая организация, будет стремиться привлекать клиентов на такие программы. То есть станет выполнять функцию агента нескольких банков, а не кредитного брокера. В конечном итоге, клиент будет существенно переплачивать. Оптимальный вариант оплаты услуг брокера - это оплата их банком, но в установленном законодательством единым для всех размере.

Смешанная форма оплаты. В России основную часть стоимости брокерской услуги оплачивает клиент; банковская комиссия достаточно символична. Такой вариант оплаты удорожает кредит для заемщика. Клиент мо-



Рис. 4. Варианты оплаты услуг кредитного брокера

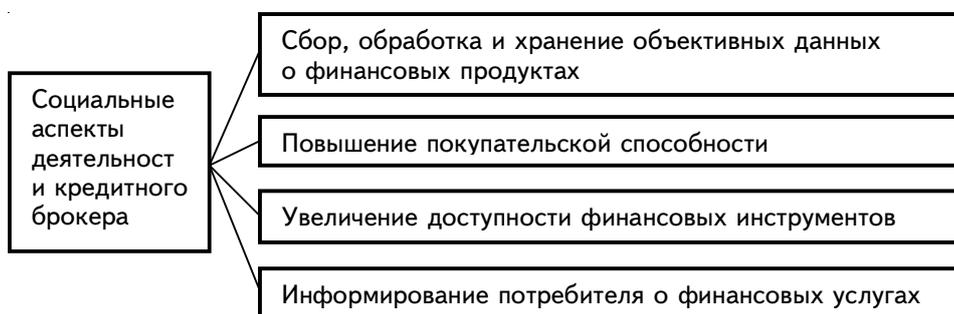


Рис. 5. Социальные составляющие деятельности кредитного брокера

Оплата банком. В зарубежной практике услуги брокера оплачивают исключительно банки: ведь брокеры берут на себя часть функций и затрат банка. Примечательно, что все банки сотрудничают с брокерами на одинаковых условиях. В России такая система оплаты не сформировалась, так как на рынке присутствует точка зрения о том, что именно банки оказывают кредитному брокеру услугу при сотрудничестве, предоставляя им возможность с помощью банковских программ кредитования продавать свою услугу как составляющую кредитно-брокерского продукта. Оплата всей стоимости брокерской услуги банком выгоден только брокерам. Самые дорогие кредиты будут поддерживать-

жет прийти к выводу, что обращение к брокеру только увеличило затраты на кредит, так как другие клиенты банка, обращаясь в банк напрямую, дополнительных комиссий не оплачивали. Избежать этого можно лишь при эффективной стратегии обслуживания, при котором детально разъясняется выгоды услуги кредитного брокериджа. Желательно сравнение общей стоимости кредитно-брокерского продукта с другими вариантами (банками).

Оплата услуг кредитного брокера исключительно клиентами наиболее выгодна банкам (привлечение новых клиентов происходит без существенных усилий). Массовый потребитель не сформировал в себе устойчивое понятие “кредитный брокер”, ото-

жествляя его с кредитным учреждением. Это приводит к тому, что после удачно завершённой брокером сделки, клиент повторно обращается в банк напрямую, не осознавая что ситуация на кредитном рынке обладает высокой степенью изменчивости. Формирование образа брокера как сотрудника банка является причиной неуплатой брокеру его комиссионных.

Кредитно-брокерские компании являются коммерческими структурами, хотя и осуществляют ряд социально значимых функций.

В заключение хотелось бы отметить, что такая социально значимая сфера деятельно-

сти не имеет правового статуса. Хотя потребность в существовании кредитных брокеров на государственном уровне осознаётся в полной мере, о чем свидетельствуют государственные организации, декларирующие, но не выполняющие функции кредитного брокера.

¹ Международный стандарт ИСО 8402-94.

² Ступени восприятия качества описаны, опираясь на концепцию, приведенную в: *Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. A conceptual model of service quality and its implications for future research // J. of Marketing. 1985. Vol. 49 (Fall). P. 41-50.*

³ *Стефенсон Р.* Маркетинг финансовых услуг. М., 2007. С. 145.

Поступила в редакцию 05.07.2010 г.