

Интеграция в сфере банковских услуг

Данная статья посвящена проблеме глобализации и интеграции не только как уровня межгосударственных отношений, но и всех уровней экономики. В статье раскрыты этапы развития интеграции, раскрыто понятие сферы услуг, проанализирована интеграция в сфере услуг в России и интеграция в сфере банковских услуг на примере Омской области.

Представляет интерес, предложенная автором двухмерная картина развития интеграции и национальной экономики, представленная графически степень интеграции по городам России в сфере услуг, а так же интеграция в сфере банковских услуг на примере Омской области.

Важнейшим фактором, определяющим развитие мировой экономики в наши дни, является глобализация мирового хозяйства. Ее основу составляет рост взаимосвязанности национальных экономик и все более тесная их интеграция. Возникают глобальные системы инфраструктуры (транспортная сеть, Интернет и др.). Возрастает значение глобальных проблем современности, решение которых требует сотрудничества всех стран мира. Существенное влияние на протекающие процессы оказывает научно-технический прогресс, в первую очередь, в области информационных технологий и телекоммуникаций. Процесс глобализации затрагивает не только уровень межгосударственных отношений, но и все уровни экономики.

Одним из явлений, тесно связанных с глобализацией, является интеграция - особый этап в процессе интернационализации хозяйственной жизни, который ведет к созданию нового качества - целостности обособленного хозяйственного комплекса нескольких государств (однородный, внутренне слитый хозяйственный механизм).

В своем развитии интеграция хозяйственной жизни прошла ряд этапов. Первоначально она затрагивала сферу обращения и была связана с возникновением международной торговли, превращением ее в мировую. Это период конца XVIII — начала XX в., совпавший с развитием капитализма. В конце XIX в. набирает силу международное движение капиталов, выходящее в настоящее время на первое место в системе МЭО. Оно оказывает интенсифицирующее воздействие на мировую торговлю товарами и услугами — это важная и реальная предпосылка перемещения центра тяжести МЭО в сферу производства и научно-исследовательской деятельности, а последнее знаменует переход к качественно новому этапу мирохозяйственных отношений, т.е. международной экономической интеграции.

Таким образом, исходя из этапов и периодов интеграции и национальной экономики, мною разработана двухмерная картина развития интеграции и на-

циональной экономики, которая показывает поэтапное развитие национальной экономики страны с учетом интеграции (Рис.1)

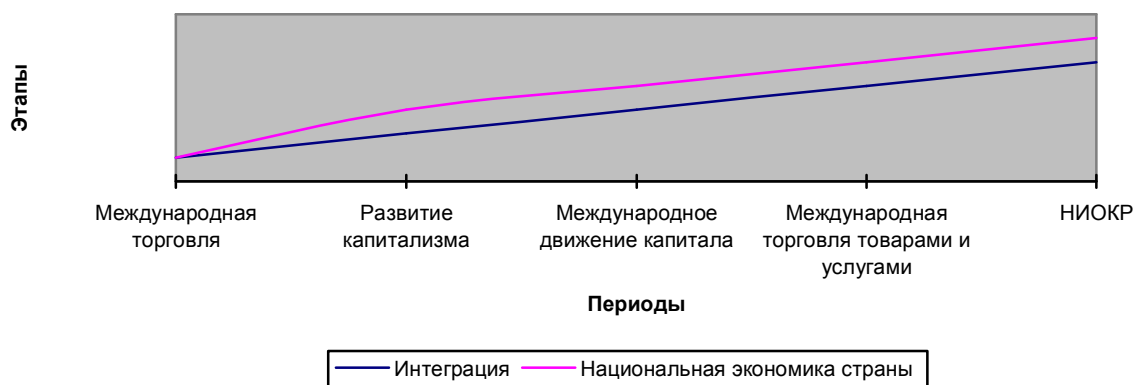


Рис.1 Двумерная картина развития интеграции и национальной экономики

Для того чтобы раскрыть понятие интеграция в сфере услуг, необходимо раскрыть понятие услуги. Услуги – это экономическая деятельность, непосредственно удовлетворяющая личные потребности членов общества, домашних хозяйств, потребности разного рода предприятий, объединений, организаций, общественные потребности или потребности общества в целом, не воплощенные в материально-вещественной форме.

Одной из важнейшей закономерностей развития экономики во всем мире является взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг в национальной экономике. Это находит выражение в увеличении доли трудовых, материальных, финансовых ресурсов, используемых в сфере услуг. По мере развития общества, роста производительных сил происходит определенное развитие сферы услуг. Наблюдается увеличение занятости в этой сфере, рост технической оснащенности труда, внедрение все более совершенных технологий. Несмотря на это на протяжении многих лет услуги практически не изучались теорией международной экономики. Отчасти это было связано со сложностью определения самого понятия услуг, которых существует великое множество.

Торговля услугами также широко развита, как и международная торговля товарами (в вещественном понимании этого слова). Международная торговля услугами имеет свою специфику:

- неосвязаемость
- невидимость
- неразрывность производства и потребления
- неоднородность и изменчивость качества
- неспособность услуг к хранению

Именно в силу неосвязаемости и невидимости большинства услуг торговлю ими иногда называют невидимым экспортом или импортом. Однако и в этом случае существует много исключений. Обычно услуги не имеют овеществленной формы, хотя ряд услуг приобретает ее в виде компьютерных программ на магнитных носителях, кинолент, различной документации.

Не все виды услуг в отличие от товаров пригодны для широкого вовлечения в международный оборот, например коммунальные услуги. Сфера услуг, как правило, в большей степени защищена государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства.

В рамках сферы услуг объединяется широкий круг видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение личных потребностей населения и нужд производства, а также потребления общества в целом. К концу 90-х годов сфера услуг в ведущих зарубежных странах выросла в крупнейший сектор хозяйства: суммарная доля транспорта, связи, оптовой и розничной торговли, кредитно-финансовых учреждений, страхового бизнеса, бытовых, деловых и социально-культурных услуг достигла 62 – 74 % в ВВП, 63 – 75 % - общей численности занятых и превысила 50% общего объема капиталовложений (без жилищного строительства)

Все большее значение приобретает производство услуг на зарубежных филиалах ТНК, учитывая, что свыше 40% размещенных в мире прямых зарубежных инвестиций вложено в сферу услуг. Среди отраслей, куда наиболее активно направляются инвестиции, выделяются финансовая сфера и торговля.

Одна из главных закономерностей общественного развития – опережающий рост сферы услуг в сравнении с материальным производством и расширение ее хозяйственных позиций. В услугах формируются такие ключевые факторы экономического роста, как научное знание, нематериальные формы накопления, информационные технологии, а также глобализация хозяйственной деятельности и т.п. Соответственно важнейшее значение имеют глубокие научно-технические, качественные и структурные изменения в самих отраслях услуг, которые повышают их вклад в развитие общества и создают необходимые предпосылки для его дальнейшего прогресса.

20% всей мировой торговли приходится на торговлю услугами.

На протяжении двух последних десятилетий сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. В мировой экономике наблюдается постоянный рост доли сферы услуг в совокупном ВВП, которая составляет в настоящее время более 70% от его общего объема и значительно превышает долю сферы производства товаров. Такое соотношение является характерным как для экономически развитых, так и для развивающихся стран, где значение данного показателя составляет соответственно 73 и 65%. Примерно аналогичные тенденции были характерны в этот период и для других структурных показателей многих стран, которые и определили в результате структурные изменения в мировой экономике. Например, в наиболее развитых странах мира доля занятых в сфере услуг в настоящее время составляет более 70% от общей численности занятых в экономике, а доля производственных фондов основных отраслей данной сферы превышает 60-ти процентный уровень. Одновременно, как показывает анализ, в этот период в мировой торговле наблюдается постоянное увеличение объемов экспортно-импортных операций в сфере услуг.

В наиболее общем виде оценить участие страны в мировой торговле услугами можно с помощью показателя ее доли в мировой торговле, которая, как

правило, имеет максимальное значение у ведущих промышленно развитых стран.

Зависимость экономики страны от торговли услугами показывает удельный вес торговли услугами в ВВП страны. Например, его величина в середине 90-х годов колебалась в пределах 10 – 15% для Великобритании, Финляндии, Франции, Швейцарии, Швеции и в пределах 5 – 10% для США, Канады, Германии, ЮАР, Австралии, Японии.

Роль услуг в экономике стран оценивается также с помощью индекса:

Индекс = Доля экспорта товаров / Доля экспорта услуг в ВВП стран.

Чем меньше индекс, тем большее значение имеют услуги. Определение доли экспорта услуг в торговле услугами наглядно укажет на страны нетто-экспортеры и импортеры услуг.

Внешнеторговая квота (отношение торговли услугами к доле сферы услуг в ВВП), а также показатель торговли услугами страны в расчете на душу населения показывают степень открытости экономики во внешнеэкономических связях страны в сфере услуг.

Достаточно информативным является коэффициент относительной экспортной специализации стран на торговле услугами:

Коэффициент = $\frac{\text{Экспорт услуг страны в ее общем экспорте}}{\text{Доля экспорта услуг страны в мировом экспорте услуг}}$

Он позволяет установить степень специализации стран на экспорте услуг. Так, наименьшее значение этого показателя свидетельствует о высокой степени развитости экономики, в которой сфера услуг и торговля ими растут наряду с ростом производства и товарной торговли.

В процессе перехода российской экономики на рыночные основы и ее интеграции в мировое хозяйство следует учитывать активную роль сферы услуг, а так же все аспекты ее развития за рубежом (технические, структурные, организационные, управленческие, количественные и качественные).

В настоящее время Россия находится в процессе присоединения к ВТО, и переговоры по торговле услугами составляют самый трудный, завершающий этап на пути этого присоединения. Речь идет о международных сделках, охватывающих самые разнообразные сферы деятельности – оптовую и розничную торговлю, банковское дело, страхование, аудит, транспорт и телекоммуникации, строительство и инжиниринг, здравоохранение и туризм и т.д. В последнее время наблюдается благоприятная динамика отраслей услуг в российской экономике, быстрое формирование целого ряда услуг, прежде всего телекоммуникаций, кредитно-финансовых, деловых, расширение торговли.

В структуре российской торговли услугами почти отсутствует экспорт маркетинговых, управленческих, аудиторских, консультационных, компьютерных и ряда подобных сравнительно новых видов услуг.

Таким образом, проанализировав интеграцию в сфере услуг в России, мною графически представлена степень интеграции по городам России в сфере услуг (Рис.2).

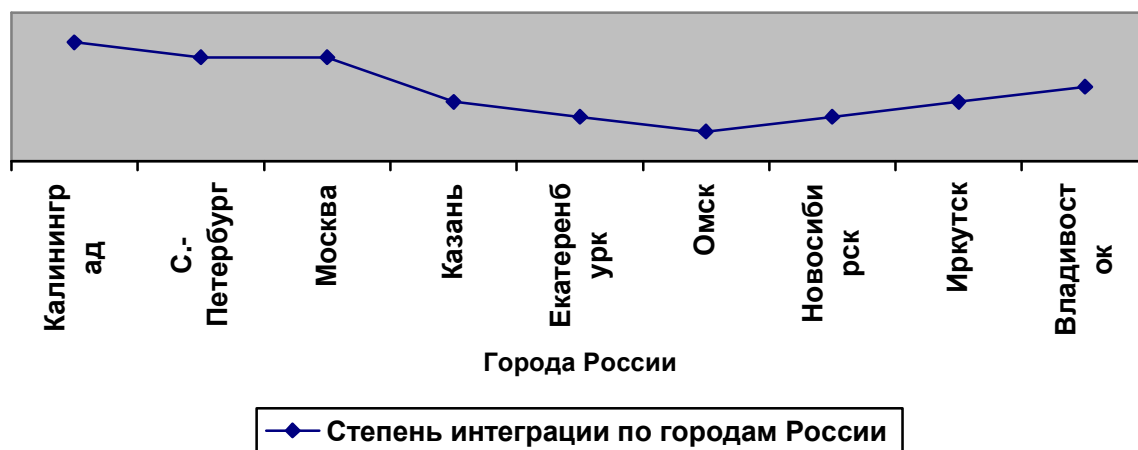


Рис.2 Степень интеграции в сфере услуг по городам России

Рассмотрев степень интеграции в сфере услуг можно сделать вывод, что улучшение ситуации в сфере услуг в России во многом зависит от иностранных вложений. Наибольший интерес для зарубежных инвесторов представляют такие отрасли деловых услуг, как посредничество и консалтинг, а из ряда потребительских услуг – общественное питание, торговля, гостиничная индустрия. Заметная активность наблюдается в области рекламы и образовательных услуг.

Ни для кого не секрет, что развивающемуся российскому рынку банковских услуг особое внимание уделяют иностранные банки, и некоторые из них уже сейчас имеют в России довольно развитый собственный бизнес. И хотя наиболее заметны на российском рынке банки из дальнего зарубежья, вместе с ними наращивают свое присутствие в России и банки стран СНГ. Они предпочитают начинать с регионов, где конкурируют с российскими банками по всей линейке продуктов. Это выгодно для клиентов, поскольку ставки по депозитным и кредитным продуктам у банков стран СНГ зачастую более выгодны, чем в среднем по рынку. При этом, как ни странно это звучит на первый взгляд, в чем-то банковские системы стран СНГ превосходят российскую.

На сегодняшний день в России действует 11 кредитных организаций, контролируемых банками из стран СНГ. История появления и специфика деятельности этих банков на нашем рынке разнится незначительно. В сущности, их можно разделить на две группы. Первая – это банки, созданные для обслуживания транснациональных расчетов, в том числе связанных с межгосударственными программами, а также для поддержки национальных компаний в ведении бизнеса на внутреннем российском рынке. Большинство из этих банков создано в середине 90-х, когда в ситуации распада Советского Союза и необходимости восстановления утраченных хозяйственных связей возник узконаправленный спрос на расчетные операции со стороны экономических субъектов. В 2000-х годах с ростом российской экономики и развитием российского рынка банковских услуг стала формироваться вторая группа банков – универсальные, предлагающие услуги преимущественно российским клиентам и на этом стремящиеся заработать основную прибыль (банк "Сибирь", "Омск-банк").

Бесспорными лидерами в развитии бизнеса в России являются банки Казахстана: им принадлежит 7 из 11 российских кредитных организаций, подкон-

трольных банкам из стран ближнего зарубежья (70% активов банков СНГ в России). Это обусловлено тем, что банковская система Казахстана более развита, чем банковские системы других стран СНГ, причем по ряду аспектов она не только не уступает, но и превосходит банковскую систему России (в частности, по вопросам, связанным с внедрением международных стандартов банковского дела). Кроме того, банки Казахстана имеют высокий потенциал развития, но внутри страны спрос на их услуги ограничен, что подталкивает их к выходу на новые рынки.

И наконец, экономики России и Казахстана наиболее тесно интегрированы, что требует адекватной интеграции их финансовых систем. Необходимо учесть и то, что Казахстан имеет самую протяженную границу с Россией, что стимулирует проникновение казахских банков на сопредельные территории. Из казахских банков в России и в Омском регионе наиболее широко представлен банк "Тураналем", сумевший сформировать финансовую группу из четырех российских банков (Славинвестбанк, Омск-Банк, "БТА-Казань", Агроинкомбанк). Совокупный кредитный портфель четырех банков на 01.01.06 составлял 15,5 млрд руб., 9 млрд руб. из которых относятся к московскому Славинвестбанку (входит в 100 крупнейших банков России по величине чистых активов и собственного капитала, по данным "Интерфакс-100" на 01.07.06). Все банки группы предлагают клиентам сходный набор стандартных продуктов, в том числе сберегательные вклады, потребительское кредитование, ипотеку, автокредитование.

Экономика Казахстана, как и экономика России, во многом зависит от мировых цен на энергоресурсы, что одинаково сказывается на укреплении их национальных валют по отношению к доллару США. Но если Банк России стремится удержать укрепление рубля, поддерживая конкурентоспособность отечественного производителя, то Центральный банк Казахстана ведет более либеральную политику, в результате чего казахская тенге начиная с 2000 года последовательно укреплялась как по отношению к рублю, так и по отношению к доллару. На фоне такой курсовой динамики успех кредитной политики в России для казахских банков должен быть неразрывно связан с активным привлечением ресурсов на российском рынке, так как в случае фондирования кредитных операций за счет средств материнских банков короткая валютная позиция неминуемо должна отрицательно сказаться на финансовом результате российских "дочек".

Получается, что финансовый успех казахских банков в России мог быть достигнут только при условии развития всей линейки банковских продуктов. Летом 2006 года правительство Казахстана приняло решение о реоформлении стабфонда из национальной валюты в долларовые активы, что привело к резкому падению тенге, в результате чего может существенно вырасти кредитная экспансия казахских банков в России за счет финансовой привлекательности фондирования активных операций материнскими банками. В любом случае, даже если выход банков Казахстана на российский рынок не сулит им существенного роста рентабельности операций, они не окажутся в проигрыше, поскольку выход на новые рынки для банка означает диверсификацию бизнеса, то есть снижение рисков при сохранении доходностей, а значит, это позитивно скажет-

ся на их финансовом результате и росте интереса к российскому рынку банковских услуг.

У банков из стран СНГ есть еще одно отличие от банков из развитых стран: они в своем большинстве не афишируют принадлежность к материнским финансовым группам – как в плане отчетности, отражающей структуру собственности, так и в плане информации, предоставляемой клиентам. Корпоративный брэнд их материнского банка не способен существенно позитивно влиять на восприятие дочерних банков (репутация купленного регионального банка может расцениваться клиентами даже как более весомая, чем репутация малоизвестного в регионе банка из Казахстана), потому им более выгодно, имея возможность предлагать клиентам высокочастные банковские продукты, маскироваться под "средний" российский банк. Причем именно клиентура настоящих средних российских банков является для банков СНГ наиболее доступной добычей. Такая стратегия может обеспечить им быстрое развитие бизнеса и рост интереса со стороны российской клиентуры.

Особенностью всех четырех банков, входящих в группу "Тураналема", является то, что ни у одного из них основная часть капитала по формальным балансовым признакам не сформирована за счет средств нерезидентов, что объясняется особым порядком их приобретения через российские организации-посредники и что уравнивает их в глазах банковских регуляторов с обычными российскими кредитными организациями. Вместе с тем после того, как банкам СНГ удастся завоевать крепкие позиции на российском рынке, следует ожидать, что они сделают структуру собственности более прозрачной, что сразу же позитивно скажется на их кредитных рейтингах и может иметь эффект "большого скачка" в развитии их бизнеса в России – прежде всего в регионах. И по-видимому, сдержать экспансию банков СНГ на российском рынке смогут только негативные тенденции в национальных экономиках, что отрицательно скажется на кредитных рейтингах материнских банков.

Развитие розничного бизнеса в России банки предпочитают в большинстве своем начинать не с регистрации новой кредитной организации, а покупают уже существующие банки с достаточно развитым и диверсифицированным бизнесом, что очень для них выгодно. С одной стороны, они заинтересованы в приобретении брэнда успешного российского банка, что имеет для них безусловную ценность, так как их собственный брэнд не имеет в России веса, а с другой – именно банки СНГ имеют возможным образом распорядиться клиентурой покупаемого банка. Так, в ситуации, когда западный банк покупает российскую кредитную организацию, он вынужден в силу жестких корпоративных требований к качеству заемщиков и практике ведения бизнеса отказаться (если не лишиться полностью) от большей части клиентов российского банка, риски которых не позволяют им пройти кредитные комитеты, и при этом необходимо кардинально реформировать менеджмент банка, что тоже станет причиной оттока существенной части клиентуры. Когда российский банк покупается банком из СНГ, то последний может в максимальной степени сохранить существующий бизнес в силу более гибкой позиции по отношению к рискам. При этом гибкость и сохранение преемственности является особым конкурентным

преимуществом для банков из стран ближнего зарубежья, так как они способны удовлетворить многие "специфические" запросы и потребности российской клиентуры, которые никогда не будут поняты банками развитых стран и даже крупнейшими российскими кредитными организациями. Банки СНГ наиболее активны в регионах. Еще одно отличие банков СНГ от банков из развитых стран Европы и Америки в ведении бизнеса состоит в том, что для первых приоритетно развитие бизнеса в регионах. Например, казахские банки помимо Московского региона, наиболее активны в сопредельных с Казахстаном областях России. И это не случайно. Во-первых, географическая близость снижает издержки. Во-вторых, клиентура этих областей России больше похожа на клиентуру казахских банков, а значит, они имеют возможность использовать маркетинговые приемы и предлагать продуктовую линейку, обкатанную на "внутренней" клиентуре. В-третьих, в этих российских регионах присутствует казахский бизнес, что формирует дополнительный спрос на услуги банков. В-четвертых, выход банка из ближнего зарубежья на региональный уровень существенно проще, нежели организация работы в мегаполисах в условиях жесткой конкуренции. В регионах они, являясь представителями лучших банков Казахстана, выигрышно смотрятся на фоне российских региональных банков, тогда как в столице они меркнут рядом с крупнейшими российскими банками и дочерними банками из дальнего зарубежья. Развитие бизнеса в сопредельных регионах является наиболее простым и перспективным путем развития казахских банков, а значит, вслед за Омском, Челябинском, Казанью, Астраханью следует ожидать появления казахских банков в Новосибирске, Екатеринбурге, Уфе, Самаре, Волгограде и Перми.

Отдельного внимания заслуживает ценовая политика банков СНГ. Поскольку их корпоративный брэнд не дает им особых преимуществ на российском рынке и при этом они заинтересованы в расширении клиентуры, в том числе и за счет ценового фактора, процентные ставки по их депозитным и кредитным продуктам зачастую более выгодны, чем в среднем по рынку. При этом необходимо помнить о высоких кредитных рейтингах их материнских банков, которые хоть и не проецируются напрямую на рейтинг дочернего банка в силу запутанной структуры собственности российских "дочек", но тем не менее должны быть приняты во внимание клиентурой. По крайней мере, для части клиентов, ищущих банк с достаточно высокими депозитными ставками и приемлемым уровнем риска, предложения банков из СНГ могут представляться чрезвычайно выгодными. Например, депозитные ставки в казахских Славинвестбанке и Москоммерцбанке на 1,5 процентных пункта выше, чем в Альфабанке, кредитный рейтинг которого эквивалентен рейтингам материнских банков: "Тураналема" и Казкоммерцбанка. Корректировка ставок в интересах клиентов может рассматриваться и как плата за недостаточно весомый имидж банка, и как плата за выход и укрепление позиций на российском рынке. И даже если сегодня банк недополучает части прибыли из-за "спекулятивных" процентных ставок, но это позволяет ему завоевать нишу на российском рынке, то впоследствии это может с лихвой окупиться с учетом общего роста российской экономики, доходов населения и адекватного роста показателей банковского сектора. Очевидно, что потенциал российской экономики существенно выше

потенциала экономик других стран содружества, но если сейчас эти различия не очень принципиальны, то со временем разрыв неизбежно будет нарастать, что делает оправданными инвестиции в будущее банков СНГ в России.

Более того, такая политика способна приблизить тот час "икс", когда банки СНГ, набрав достаточно веса, приведут в порядок структуру собственности и с открытым забралом и высокими кредитными рейтингами материнских банков бросятся в решающий бой за региональную клиентуру.

С точки зрения банковского надзора и регулирования нынешняя запутанная ситуация со структурой собственности банков имеет определенные недостатки, так как любая неопределенность порождает дополнительные риски. Вместе с тем необходимо помнить, что эти кредитные организации являются "дочками" наиболее крупных, надежных и успешных банков своих стран и их кредитные рейтинги эквивалентны рейтингам крупнейших российских банков: ММБ, Альфа-банка, Газпромбанка, Импэксбанка. Корпоративная культура этих кредитных организаций и практика управления рисками заметно выше, чем в большинстве российских банков. Следовательно, можно заключить, что появление банков СНГ в России способно позитивно отразиться на российском банковском секторе в целом. Также следует упомянуть, что все "дочки" банков стран СНГ смогли безболезненно пройти процедуры отбора в систему страхования вкладов, подтвердив тем самым достаточный уровень надежности. Появление банков СНГ в России оказывает стабилизирующее воздействие на состояние российской банковской системы в целом. Так, если "дочки" банков развитых стран фактически не работают с российскими банками на рынке МБК, ограничиваясь контрагентами в лице трех крупнейших госбанков – Сбербанк, ВТБ и ВЭБа, то круг контрагентов банков СНГ куда шире, в него входят даже некоторые региональные банки, что фактически означает для российских банков появление дополнительного источника ликвидности, поддерживающего их стабильность.

Список литературы

1. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения. Учебник – М.: «Экономистъ», 2003.
2. Семенов К.А. Международные экономические отношения: Учебник для Вузов. ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
3. Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 446 с.
4. Мировая экономика: Учебник / Под ред. проф. А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2000. – 734 с.
5. Международные экономические отношения. Интеграция: Учебн. Пособие для вузов/ Ю.А. Щербанин, К.Л. Рожков, В.Е. Рыбалкин, Г. Фишер. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, 1997. – 128 с.