Разумеется вполне справедливо платить по кредиту меньше, если финучреждения считают тебя надежным клиентом, а риск невозврата заемных средств – незначительный. В этом случае следует рассмотреть индивидуальные особенности заемщиков, которые влияют на параметры кредита .

Представьте себе следующую ситуацию: вы приходите в банк за кредитом, подаете необходимые документы, и вдруг менеджер вам говорит: «Ваша индивидуальная ставка будет на шесть процентных пунктов ниже, чем у предыдущего заемщика по точно такому же кредиту». И речь идет не о лотерейном билете, который вы вытянули и увидели акционную ставку. И не о банке, который находится, к примеру, в США. На самом деле индивидуальная (или дифференцированная) ставка – повседневное условие потребительских кредитов уже для соседней нам России.

В основном, российские банки стали вводить инд ивидуальные ставки по кредитам после кризиса 2008 года, хоть отдельные случаи встречались и раньше (в частности, в 2003 году кредиты под дифференцированные ставки ввел DeltaCredit банк). Сегодня, по информации российского сайта banki.ru, такой подход использует большинство крупных банков РФ. И разница в ставке по кредиту на один и тот же срок, одну и ту же сумму, но для разных заемщ иков, может колебаться в пределах 2-6 процентных пунктов. Стоимость кредитабанки определяют в зависимости от анкетных данных заемщика, анализируя его

благонадежность и риски того, что он не вернет кредит. Впрочем, так происходит не со всеми продуктами учреждений, практикующих этот подход: российские банки зачастую одновременно используют два продукта – со ставкой, которая подбирается индивидуально и со ставкой на общих основаниях, для всех одинаковой. Последним новшеством на рынке стал кре
дит ДжиИ Мани Банка с немного сниженной ставкой для заемщиков-женщин: представительница слабого пола может получить заем под 13,5% годовых, тогда как мужчина – под 13,9% годовых. Разницу в 0,4 п.п. в пользу женщин в банке объясняют тем, что они намного ответственнее относятся к обязательствам по кредиту, и в портфеле учреждения уровень просрочки по их кредитам на 70% меньше, чем у заемщиков-мужчин.

Украинским банкам пока до подобных экспериментов далеко. Тем не менее, о дифференцированном подходе к заемщикам здесь знают. Как правило, большинство учреждений, практикующих такой подход, предоставляют лучшие условия тем заемщикам, которые принадлежат к какой-либо группе (детальнее см. мнение экспертов ниже). Так, на вопрос о дифференцированном подходе банковские специалисты чаще всего вспоминают о программах лояльности финучреждений. «Такой подход к клиенту встречается. Одним из типов такого подхода к клиентам являются внутрен ние программы лояльности банков», - отмечает Владимир Радько, начальник отдела альтернативных каналов продаж Банка Кипра.

Один из ярких примеров применения программ лояльности – ВТБ Банк. «Наш банк применяет програ ммы лояльности к сотрудникам компаний-партнеров банка, - рассказывает Екатерина Федоровская, директор департамента розничных продуктов ВТБ Банка. – К клиентам, оформившим один из пакетов услуг («Достаток», «Престиж» или «Привилегия»), предоставляются скидки по кредитным предложениям банка в 0,5-2% от утвержденных процентных ставок. Кроме того, наш банк предлагает льготные условия для клиентов, оформивших договор страхования жизни». Так, по кредиту "Большие возможности" при покупке страховки ставка составит 15-18% годовых, тогда как без покупки – 25-28% годовых. При этом на сайте учреждения указано, что более точно «ставка устанавливается в зависимости от внутренних критериев оценки кредитной операции». Кроме этого, льготные ставки по кредитам в учреждении будут иметь держатели зарплатных карточек.

Впрочем, для того, чтобы получить более выгодные, по сравнению с остальными, условия кредитования, не обязательно оформлять страховку, получать зарплату на карту банка или покупать пакетное предложение финучреждения. «Более лояльный подход получат клиенты, которые разместили в банке депозитный вклад и которые для избежания потери процентов, но испытывая необходимость в дополнительных средствах, обратились в банк за кредитом, - подтверждает Андрей Осипов, начальник отдела развития и поддержки кредитных продуктов ба нка «Хрещатик». – Кроме этого, его получат клиенты, имеющие в своем портфеле несколько погашенных кредитов различного типа и при этом положительную историю платежей; клиенты, получающие достаточно высокий доход, но имеющие необходимость на небольшой срок в дополнительных средствах с конкретным целевым использованием».

При этом анализ заемщиков, которым банки предложат лучшие условия, в каждом банке разный. «Дифференциальный подход основывается на статистическом анализе, поэтому, принимая решение об отнесении клиента к тому или иному «сегменту», мы учитываем любую информацию, собранную банком о заемщике: демографическую, поведенческую и т.п. У каждого банка модель сегментации своя, и подходы к сегментации могут быть разными», - Сергей Базов, директор департамента розничных рисков ба нка «Финансы и Кредит».

Совсем не обязательно, что условия продукта, который вы можете получить, зависит от анализа банком вашего профиля. Во многих банках дифференцированный подход к заемщикам заключается непосредственно в условия продуктов. К примеру, получить кредит под самую низкую ставку можно лишь в том случае, если внести высокий аванс и т.д. «Если говорить о системности такого подхода, то справедливо отметить, что, например, в программах автокредитования воронка выбора таких клиентов может быть «зашита» в продукт. Например, при внесении собственного взноса от 50% или готовности заемщика оформить кредит на 1 или 2 года (что косвенно свидетельствует о

платежеспособности и благонадежности клиента), ему может быть предложена более низкая ставка, или возможность кредитования без справки о доходах», - рассказывает Владимир Радько, начальник отдела альтернативных каналов продаж Банка Кипра.

По словам экспертов, недавно на рынке появился другой вариант подхода к заемщикам – который заключается не в причислении их к определенной группе, а в оценке персональных данных, дабы определить индивидуальную платежеспособность. От этого уже и будут зависеть условия займа, и лучшие получит тот, кого банк посчитает надежным заемщиком со стабильным доходом. «Данный подход для украинского банковского рынка пока является новинкой и сегодня используется немногими банками, - отмечает Анджей Олейник, директор по маркетингу и развитию прод уктов Platinum Bank. – Это связано с тем, что внедрение такого подхода требует от банков решения достаточно трудоемкой и комплексной задачи. Она включает в себя определение критериев для категоризации клиентов, создание системы оценки клиентов, разработку комплексной ценовой политики для клиентов разных категорий, а также автоматизацию всего этого процесса».

Впрочем, эксперты считают, что именно за таким подходом к заемщикам – будущее. «Дифференцированный подход к заемщикам обязательно будет применяться массово, иначе банкам не выжить, но насколько скоро это случится – сложно сказать, - считает топ-менеджер банка, пожелавший остаться неназванным. – Основная сложность – отсутствие умения работать с базой данных заемщиков. До настоящего времени рынок кредитования развивался экстенсивно – за счет вовлечения новых клиентов в банковскую систему, но сейчас круг потребителей почти исчерпан, и банкам придется работать с теми, кто у них уже есть, и отвоевывать клиентов у конкурентов».

## Мнение

**Андрей Малахов, начальник отдела развития продуктов для физических лиц  Идея Банка**

Большинство банков в Украине, работающих сегодня  в потребительском кредитовании (кеш-кредитование), только заканчивают или же недавно закончили строить профиль своего так называемого «позитивного клиента».  Кроме того, такие организации как Бюро кредитных историй собрали достаточно информации от банков о кредитных историях клиентов: кто из них «позитивный», а кто – не в состоянии вернуть задолженность банкам. В связи с этим, в 2013 году на рынке появятся различные предложения для клиентов, которые обслуживаются в банках и не имеют проблем с просроченными платежами. Предложения будут самыми разнообразными: снижение процентной ставки, уменьшение комиссий за обслуживание.

**Андрей Осипов, начальник отдела развития и поддержки кредитных продуктов банка «Хрещатик»**

Это естественно, что заемщики с более высокой платежеспособностью получает больше сумму кредита. Также так называемые «приоритетные» клиенты банка могут получать более лояльные предложения по стоимости займа и некие упрощения в процедуре принятия решения о предоставлении кредита. Для таких заемщиков зачастую разрабатывают специальные кредитные программы, в которых предусматривают более низкую процентную ставку, либо выше срок кредитования, минимальную комиссию завыдачу кредита либо ее отсутствие вообще.

Я считаю, что дифференцированный подход уже применяется сейчас и получит дальнейшее развитие в будущем. Все больше информативно наполненными становятся базы, которые содержат информацию о кредитных историях заемщиков. Информация о клиентах становится все доступней из официальных источников

**Анджей Олейник, директор по маркетингу и развитию продуктов Platinum Bank**

В целом, в настоящее время можно выделить два варианта дифференцированного подхода к клиентам, которые используются украинскими банками. При этом нельзя сказать, что банки отдают предпочтения какому-то одному варианту. Скорее оба эти подхода достаточно не популярны среди украинских банков.

Первый вариант устанавливает зависимость условий кредитования от неценовых параметров продукта. Скажем, цены кредита от срока кредитования, суммы кредита или возраста заемщика. При таком подходе лучшие условия кредитования, чаще всего, получают клиенты, которые принадлежат к определенной группе, и для которых банки создают специальные программы. Схожие условия кредитования и у клиентов, которые оформляют кредит на небольшие суммы и короткие сроки.

Такой подход к заемщику достаточно прост в использовании, понятен клиентам и не требует существенных затрат со стороны банков для его внедрения, использования и сопровождения. Однако на сегодняшний день количество банков, использующих данный подход, постоянно снижается.

На его смену постепенно приходит второй вариант, предусматривающий дифференцирование условий кредитования в зависимости от профиля клиента. Это означает, что  условия кредитования определяются не принадлежностью клиента к какой-либо группе, а комплексной оценкой его персональных данных и определением уровня его реальной платежеспособности. При таком подходе клиенты получают лучшие условия кредитования, если они соответствуют профилю клиента, которые банки выделяют, как стабильный и надежный.