

ДЕМОГРАФИЯ

Н.А. Галкина¹,

МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ СЕГМЕНТЫ НАСЕЛЕНИЯ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ СТАРЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

В статье рассматривается процесс сокращения численности населения в трудоспособном возрасте и его влияние на стратегию коммерческих банков в Российской Федерации. Сначала автор исследует процесс старения населения России в XX—XXI вв. и приводит информацию об обеспеченности различных возрастных сегментов банковскими услугами. Далее приводятся результаты экспертизы некоторых сегментов населения как основного потенциала для расширения клиентской базы коммерческих банков, столкнувшихся с проблемой демографического старения, а именно: пожилых людей, детей, молодежи и жителей малых городов. Автор обосновывает свое мнение в том числе удачными зарубежными примерами вовлечения населения за пределами трудоспособного возраста в пользование банковскими услугами. Статья может быть интересна как специалистам, изучающим последствия старения населения, так и практикам, в частности маркетологам.

Ключевые слова: старение населения, клиентские сегменты коммерческих банков, возрастная сегментация.

N.A. Galkina,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

POTENTIAL POPULATION SEGMENTS TO EXPAND THE CUSTOMER BASE OF COMMERCIAL BANKS IN THE CONTEXT OF POPULATION AGEING

The article examines the process of reducing the population of working age and its effect on marketing strategy of commercial banks in Russia. The author first explores the process of the population ageing in Russia during the 20th and 21st century and provides information concerning the provision of banking services to different age segments. The analysis concludes with an examination of several population segments which should be of interest to commercial banks facing the population ageing. They include the elderly, children and the youth as well as the population of Russia's small towns. The author's analysis is based on foreign experience which proved successful while involving the population out of the working age in the use of banking services. The article

¹ *Галкина Надежда Андреевна*, аспирант экономического ф-та; тел.: +7 (915) 240-76-46; e-mail: Galkina.nadezhda@gmail.com

could be of interest to the experts studying the impact of population ageing and marketers.

Key words: population ageing, client segments of commercial banks, age segmentation.

Введение

Российскому финансовому сегменту до последнего времени была свойственна ориентация лишь на трудоспособное население среднего возраста, проживающее в городах численностью свыше 50 тыс. Это объясняется, во-первых, платежеспособностью данной группы, а во-вторых, сравнительно небольшими расходами на установление контакта с целевой аудиторией (открытие офиса в крупном городе по сравнению с менее населенными городами и селами более выгодно). В условиях современных тенденций демографического развития в ближайшие годы страну ожидает сокращение численности населения, особенно в трудоспособном возрасте, сопровождаемое его старением. Согласно прогнозу Росстата (здесь и далее — по среднему варианту), к 2031 г. убыль численности населения составит 13 млн человек [Предположительная численность..., 2013].

На фоне сокращения количества основных потребителей финансовых услуг становится все более актуальной проблема поиска новых рынков сбыта. Возможные пути для развития — экстенсивный и интенсивный. Интенсивный рост предполагает увеличение долговой нагрузки на существующих клиентов, что может привести к кризису: согласно исследованию компании Synovate Comcon, в первом полугодии 2014 г. 21,3% россиян, бравших кредиты, имели более одного кредита одновременно [Полякова, 2014]. Центральный банк РФ активно реализует план по введению ограничительных мер для решения так называемой «проблемы закредитованности» населения.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы обосновать необходимость работы с новыми сегментами для решения вопроса сокращения численности традиционных клиентов коммерческих банков в России.

В соответствии с указанной целью были поставлены следующие задачи:

- охарактеризовать масштабы и перспективы сокращения численности населения России в результате его старения;
- оценить потенциал различных сегментов населения для расширения клиентской базы коммерческих банков;
- показать примеры успешных решений данной проблемы за рубежом, которые можно взять за основу при создании комплексного подхода к работе с новыми сегментами.

Исходя из целей и задач статья включает несколько блоков: описание процессов, а также причин сокращения численности населения в трудоспособном возрасте; демографически обоснованные предложения по расширению клиентской базы коммерческих банков и примеры их успешного внедрения за рубежом.

Старение населения в Российской Федерации

Российский финансовый сектор в основном ориентирован на наиболее платежеспособный и легкодостижимый сегмент населения — людей трудоспособного возраста, проживающих в крупных городах. Однако в Российской Федерации уже начался процесс сокращения численности населения, который затронет также и клиентов коммерческих банков.

Границы возрастно-половой пирамиды населения РФ (рис. 1) представляют собой чередование спадов и подъемов, которые демонстрируют сегодняшнюю и завтрашнюю структуры населения. Изменение очертаний половозрастной пирамиды займет несколько лет, но некоторые его признаки уже очевидны. С 2004 г. началось сокращение числа женщин репродуктивных возрастов (хотя число женщин в возрасте от 18 до 30 лет еще в 2008 г. удерживалось на высоком, максимальном после 1984 г. уровне). В 2007 г. впервые за длительный период произошло сокращение численности населения в трудоспособном возрасте. Эти тенденции будут нарастать.

Федеральной службой государственной статистики РФ были разработаны три варианта прогноза численности и структуры населения до 2031 г. — низкий, средний и высокий. Согласно любому из вариантов, в ближайший период страну ожидает резкое сокращение численности населения в трудоспособном возрасте, являющегося целевой аудиторией коммерческих банков. Колебательный рост последних десятилетий подходит к концу. С 2006 г. численность населения рабочих возрастов снижается, но это всего лишь «старт» ее резкого и продолжительного падения. Как уже упоминалось выше, ее убыль к 2031 г. может достигнуть 13 млн человек.

Данный процесс будет сопровождаться падением доли трудоспособного населения во всем населении (рис. 2) и увеличением демографической нагрузки — числа лиц в дорабочем и послерабочем возрастах в расчете на 1000 лиц трудоспособного возраста (рис. 3). Временное ослабление нагрузки в последние 20 лет было вызвано в основном сокращением числа рождений, в то время как число пожилых, приходящихся на 1000 занятых, продолжало расти.

Рост нагрузки пожилыми людьми является последствием демографического старения, которое сопровождает сокращение численности населения в России. Как и в любой другой стране, старение

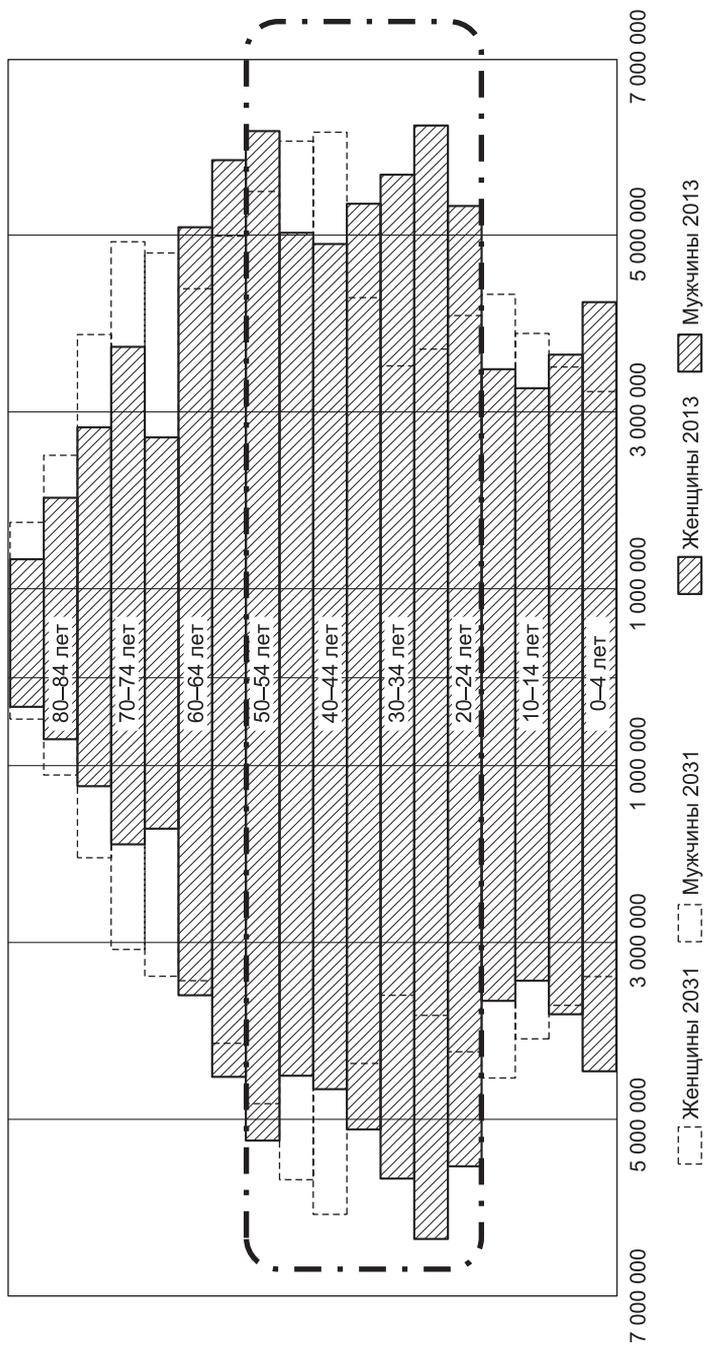


Рис. 1. Возрастно-половая пирамида населения России на начало 2013 г. (прямоугольники), согласно среднему варианту прогноза Росстата на начало 2031 г. (черный пунктир) *Источник:* составлено автором на основе [Предположительная численность..., 2013].

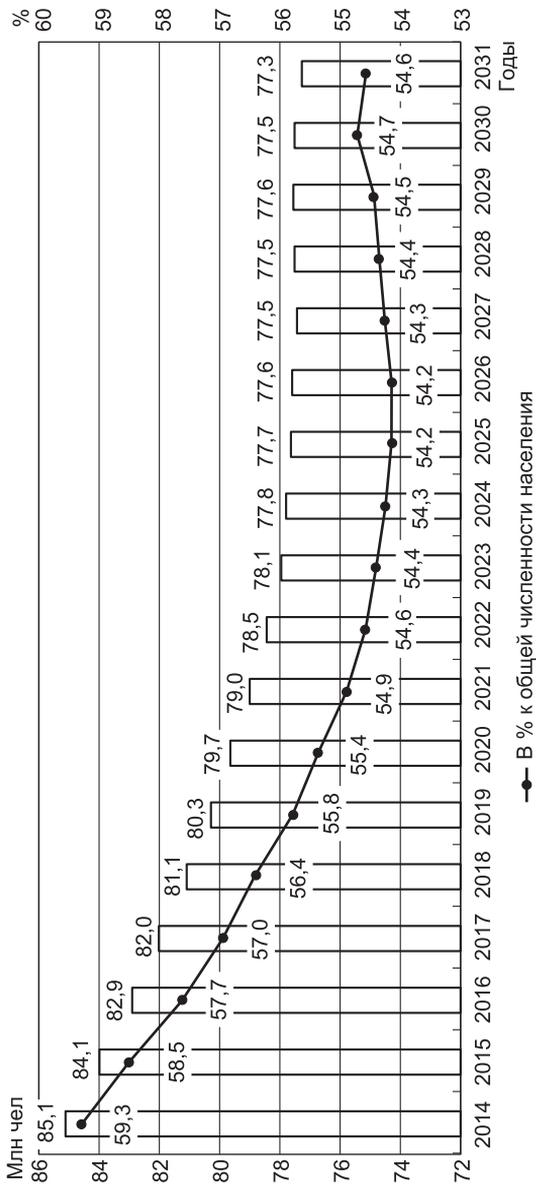


Рис. 2. Численность населения трудоспособного возраста
 Источник: составлено автором на основе [Предположительная численность..., 2013].

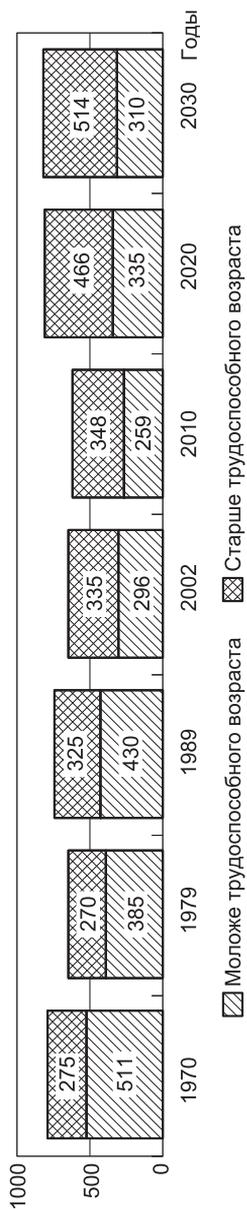


Рис. 3. Распределение демографической нагрузки
 Источник: составлено автором на основе [Распределение населения...., 2013].

населения в РФ имеет свои особенности. Во-первых, невысокая ожидаемая продолжительность жизни как у женщин, так и у мужчин замедляет его, так как многие не доживают до преклонного возраста или живут в нем гораздо меньше, чем их ровесники в других странах. Во-вторых, старение населения в России носит волнообразный характер вследствие демографических катастроф XX в. В-третьих, оно зашло не так далеко, как во многих развитых странах, хотя и дальше, чем в США.

В нашей стране население в большей степени стареет «снизу». В последние годы в России началось и старение «сверху» — за счет роста продолжительности жизни в старших возрастах, но в меньшей степени, чем в развитых странах. Например, в статье Е.С. Киселевой [Киселева, 2011] на основе положительной динамики показателей продолжительности здоровой жизни для мужчин и женщин в старших возрастах в России обосновывается относительно благополучная ситуация с состоянием здоровья пожилого населения, что позволяет говорить о перспективах увеличения ожидаемой продолжительности жизни.

В условиях сокращения емкости клиентского рынка для удержания существующих на 1 сентября 2014 г. объемов привлеченных и размещенных средств банкам необходимо повышение размера среднего чека на человека в трудоспособном возрасте со 118,7 тыс. до 132,3 тыс. руб. для кредитов и со 192,3 тыс. до 214,3 тыс. руб. для депозитов². Но это непростая задача: в условиях ухудшения макроэкономической ситуации сокращается число одобренных кредитов, а отсутствие роста доходов не позволяет населению увеличивать вклады.

Как показывает исследование, проведенное одним из коммерческих банков³, доходы населения крупных городов (более 100 тыс. человек) незначительно росли на протяжении относительно благополучных 2012—2014 гг. (рис. 4). Ухудшение внешней и внутренней экономической ситуации, наблюдающееся с весны 2014 г., свидетельствует о том, что в ближайшие годы не стоит ожидать продолжения роста доходов. Более того, по данным Росстата, впервые с 2009 г. в августе и сентябре 2014 г. отмечалось падение реальных

² Рассчитано автором как соотношение кредитов населению, привлеченных средств физлиц (в том числе сберегательных сертификатов) и численности населения в трудоспособном возрасте на 1 января 2013 г. и на 1 января 2031 г. на основе [Численность населения...: стат. бюлл., 2013; Центральный банк..., 2013].

³ Исследование проведено при участии автора по заказу коммерческого банка, входящего в ТОП 5 банков России по активам нетто, работающего как с физическими, так и с юридическими лицами. Такое исследование проходит ежегодно начиная с 2012 г. (на данный момент проведены 3 волны). Выборка репрезентирует взрослое население (18—70 лет) городов РФ с численностью более 100 тыс. человек. В целях нераспространения конкурентной информации банк не называется.

зарплата (год к году) [Информация о социально-экономическом..., 2014]. Основными предпосылками такой ситуации считаются скачок инфляции, остановка роста номинальных зарплат, а в некоторых рыночных секторах и их падение. То есть условий для значительного увеличения размера среднего вклада в банках практически нет.

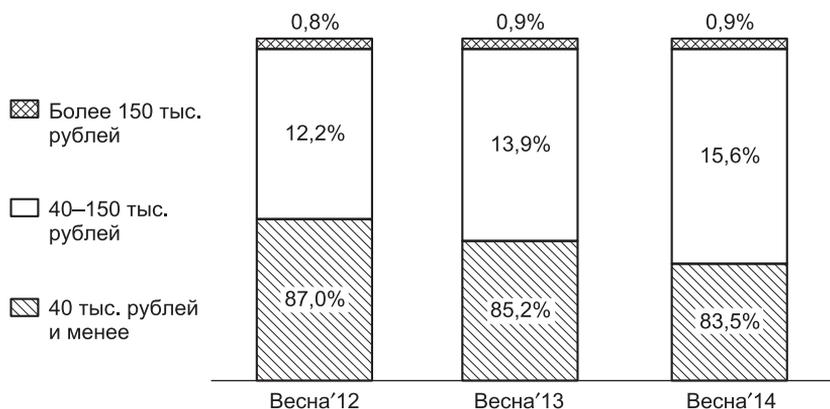


Рис. 4. Структура доходов населения РФ по данным внутреннего исследования одного из коммерческих банков, репрезентирующих взрослое население (18–70 лет) городов РФ (численность — более 100 тыс. человек)

Казалось бы, на фоне затормаживания повышения доходов у населения, привыкшего к стабильному росту потребления, может возникнуть дополнительная потребность в кредитных продуктах. Однако закредитованность населения — объект пристального внимания со стороны Центрального банка РФ, который активно реализует план по введению ограничительных мер для решения данной проблемы. Самим банкам в условиях роста просроченной задолженности необходимо более ответственно подходить к анализу рисков, что для конечного потребителя выливается в более жесткие условия предоставления кредитов и займов.

Это подтверждается тенденциями, наблюдавшимися на кредитном рынке в I квартале 2014 г.: следствием более строгого отбора заемщиков является большая «щедрость» по отношению к самым надежным из них. По данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), количество кредитов, выданных населению за три полных месяца с начала года, сократилось в годовом выражении, однако их объем вырос. Группа банков, проанализированная НБКИ, выдала за I квартал 2014 г. 4,8 млн кредитов, что на 6,22% меньше, чем годом ранее. При этом на 8,3% вырос их объем — до 776,6 млрд руб. [Национальный кредитный бюллетень..., 2014].

Сильно насыщен рынок специальных «молодежных» банковских продуктов: ипотеку для молодых семей, образовательные кредиты

для студентов предлагают сейчас многие банки (рис. 5). Своеобразной нишей могут быть кредиты на развитие бизнеса для выпускников вузов перспективных профессий, которые успешно реализуют банки в развитых странах. Например, Royal Bank of Canada предлагает кредиты для будущих дантистов или юристов, зарабатывая у них лояльность. В России в настоящее время могут быть востребованы кредиты для предпринимателей в связи с популяризацией и развитием стартап-движения. На этом перечень «молодежных» продуктов можно считать исчерпанным.

Таким образом, необходимо искать пути экстенсивного увеличения рынка клиентов коммерческих банков в РФ.

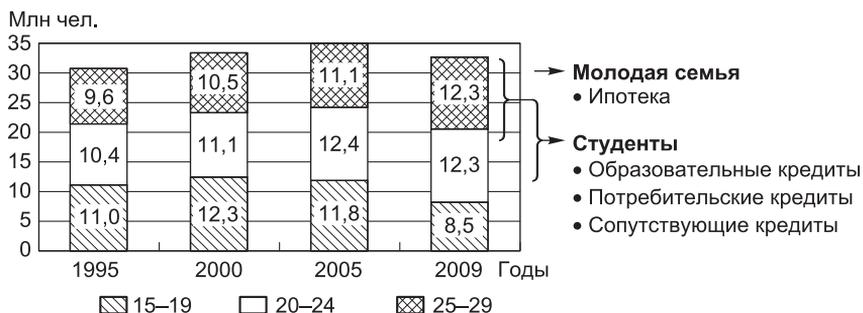


Рис. 5. Возрастная сегментация молодежи в РФ

Источник: составлено автором на основе [Молодежь в России..., 2010].

Пути решения проблемы сокращения численности клиентов коммерческих банков

В ситуации сокращения количества целевых клиентов коммерческим банкам необходимо расширять границы сегментов потенциальных клиентов. В условиях старения населения им следует переключить внимание на растущее по численности пожилое население.

Согласно прогнозу Росстата, к 2031 г. пожилое население страны увеличится на 6,4–10,7 млн — до 37,5 млн (28,7% от общей численности населения в соответствии с низким прогнозом) или до 43,8 млн (28,9% в соответствии с высоким прогнозом). Средний прогноз предполагает рост численности населения старше трудоспособного возраста до 40,8 млн человек (или 28,8% населения). В то же время численность населения моложе трудоспособного возраста останется практически неизменной (рис. 6).

По оценкам Росстата (средний вариант прогноза), общая нагрузка детьми и пожилыми на 1000 лиц рабочего возраста, которая возросла с 578 в 2007 г. (исторический минимум) [Вишнеvский,

2010] до 664 в 2013 г. [Распределение населения РФ..., 2013], должна перешагнуть пороговое значение 700 к 2015 г., 800 к 2020 г. [Предположительная численность..., 2013]. В дальнейшем она продолжит увеличиваться. При этом вклад пожилых в общую нагрузку, который в 1970 г. составлял еще 35%, уже сейчас возрос до 58%, а к 2030 г. превысит 63%.

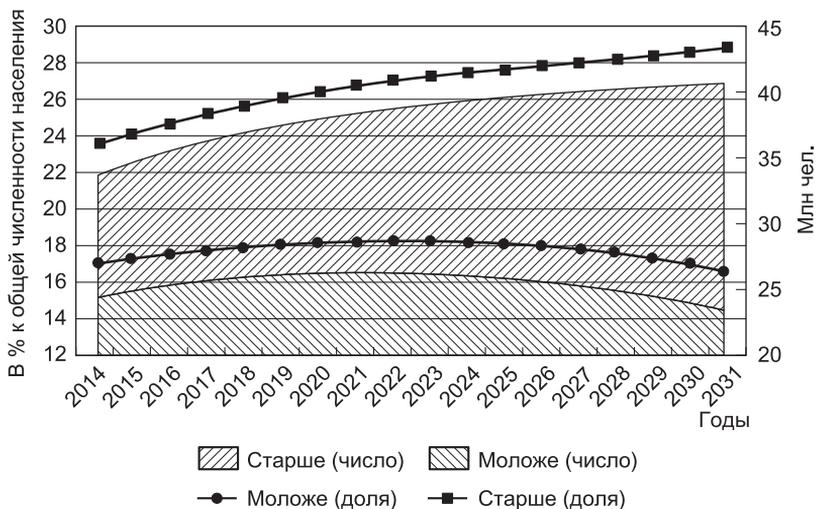


Рис. 6. Прогноз численности населения старше и моложе трудоспособного возраста до 2031 г.

Источник: составлено автором на основе [Предположительная численность..., 2013].

Вклад пожилых распределяется в соответствии с долями возрастных групп в населении. До 1989 г. преобладала доля молодых пенсионеров, но в последние десятилетия наибольший вклад в демографическую нагрузку вносят «самые старые» (рис. 7). Увеличение демографической нагрузки населения будет, вероятно, способствовать более позднему выходу на пенсию и увеличению трудовой жизни пожилых, что в свою очередь может привести к увеличению их благосостояния.

Уровень иждивенческой нагрузки «самыми старыми» можно оценить также с помощью коэффициента демографической поддержки родителей (отношение численности населения в возрасте 85 лет и старше к численности населения в возрасте 50–64 лет)⁴.

⁴ В базе данных Росстата распределение на возрастные группы заканчивается на уровне 70 лет и старше, поэтому коэффициент поддержки родителей был рассчитан как отношение численности населения в возрасте 70 лет и старше к численности населения в возрасте 50–64 года.

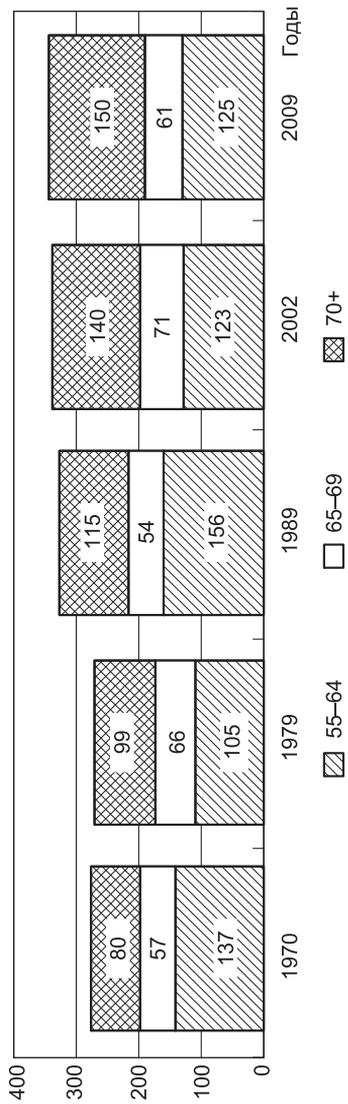


Рис. 7. Вклад трех возрастных групп пожилых в формирование коэффициента демографической нагрузки
 Источник: составлено автором на основе [Распределение населения РФ..., 2013].

Он прогнозирует, какую поддержку семьи должны будут оказывать своим самым старшим членам. На протяжении XX в. этот коэффициент вырос с 262 человек на 1000 в 1926 г. до 533 в 2002 г. Сейчас данный показатель составляет около 500 человек на 1000 (рис. 8).

При этом старение население в регионах России проявляется неравномерно. На рис. 9 видно, что к 2031 г. регионы страны можно будет разделить на 2 типа — более молодые (восточные и северо-восточные регионы с нагрузкой пожилыми до 400) и более старые (западные и юго-западные регионы с нагрузкой пожилыми свыше 400). К более молодым регионам будут относиться Центральный федеральный округ (482), Северо-Западный федеральный округ (423), Приволжский федеральный округ (440). Прирост нагрузки пожилыми в зависимости от федерального округа находится в диапазоне 50—71%.

В 2011 г. наибольшая нагрузка пожилыми была в Тульской области — 361 на 1000 человек в трудоспособном возрасте. К 2031 г. максимальное значение может достигнуть 546 на 1000 человек в Тамбовской области. Минимальное значение изменится не сильно: вырастет с 79 в Ямало-Ненецком АО (ЯНАО) до 104 в Чукотском АО. Стоит отметить, что наиболее тяжелая ситуация ожидается в Республике Ингушетия, где ожидается рост на 141% (со 112 до 270) (рис. 10) [Предположительная численность..., 2013].

Таким образом, говоря о роли пожилого населения в формировании потребительского рынка региона, нужно обязательно учитывать, к какой группе по уровню старения относится данный регион.

В международной практике можно найти немало примеров успешного переключения внимания финансовых институтов с клиентов среднего возраста на более пожилых.

Рассмотрим деятельность агентства Senioragency, специализирующегося на маркетинге для людей старшего возраста.

Ведущая страховая и финансовая компания Бельгии АХА обратилась в агентство и поставила перед ним следующие задачи: сдвинуть возраст основной аудитории от 18—44 лет к 45+ и перейти от основных характеристик продукта в рекламе к удобным для покупателя комплексным предложениям. Senioragency выполнило требования АХА. Агентство запустило рекламную кампанию Happy Life (Счастливая жизнь). При этом был изменен даже тон рекламных объявлений — от негативного к восторженному. Для возрастной группы 45—60 лет основное послание звучало так: «Жизнь начинается в 40. Убедитесь, что в 60 она не закончится». Рекламное предложение для них было ориентировано в основном на финансирование пенсий без понижения уровня жизни сейчас. Для тех, кто старше 60 и уже на пенсии, главная задача — не накопление капитала, а его трата, приносящая максимальное удовольствие,

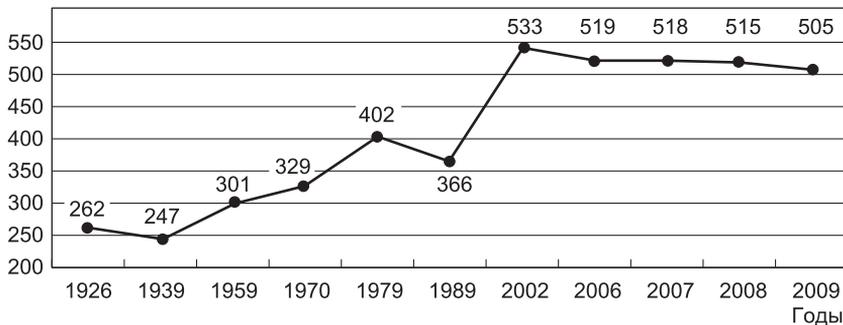


Рис. 8. Коэффициент демографической поддержки родителей
 Источник: составлено автором на основе [Распределение населения РФ..., 2013].

поэтому слоган был таким: «Пенсия — это постоянная работа. Она заслуживает хорошей зарплаты».

Кампания «Счастливая жизнь» была серьезно воспринята АХА и воплотилась не только в рекламе, но и в перестройке бизнеса: были проведены тренинги для менеджеров по продажам и мониторингу, кросс-продажам и другим навыкам, которые могли бы им пригодиться при работе с новыми клиентами. Переориентация АХА принесла ей лидирующую позицию в сфере страхования и 7-е место в банковской сфере Бельгии.

Для пожилых клиентов не только адаптируют существующие продукты, но и разрабатывают совершенно новые. Например, обратная ипотека (mortgage reverse) — одна из таких услуг. Она подразумевает продажу или сдачу в аренду дома или части дома с возможностью проживания в нем до конца жизни. В США этот финансовый инструмент доступен только людям старше 62 лет, которые прослушали несколько курсов, повышающих уровень их юридической образованности в сфере использования данного инструмента. Обратная ипотека распространена также в Великобритании, Италии и других развитых странах.

Опираясь на мировой опыт и данные статистики, приведенные выше, некоторые российские финансовые институты начинают обращать внимание на пожилых клиентов. По некоторым оценкам⁵, доля клиентов старше 55 лет среди пользователей кредитны-

⁵ Исследование проведено при участии автора по заказу коммерческого банка, входящего в ТОП 5 банков России по активам нетто, работающего как с физическими, так и с юридическими лицами. Такое исследование проходит ежегодно начиная с 2012 г. (на данный момент проведены 3 волны). Выборка репрезентирует взрослое население (18—70 лет) городов РФ с численностью более 100 тыс. человек. В целях нераспространения конкурентной информации банк не называется.

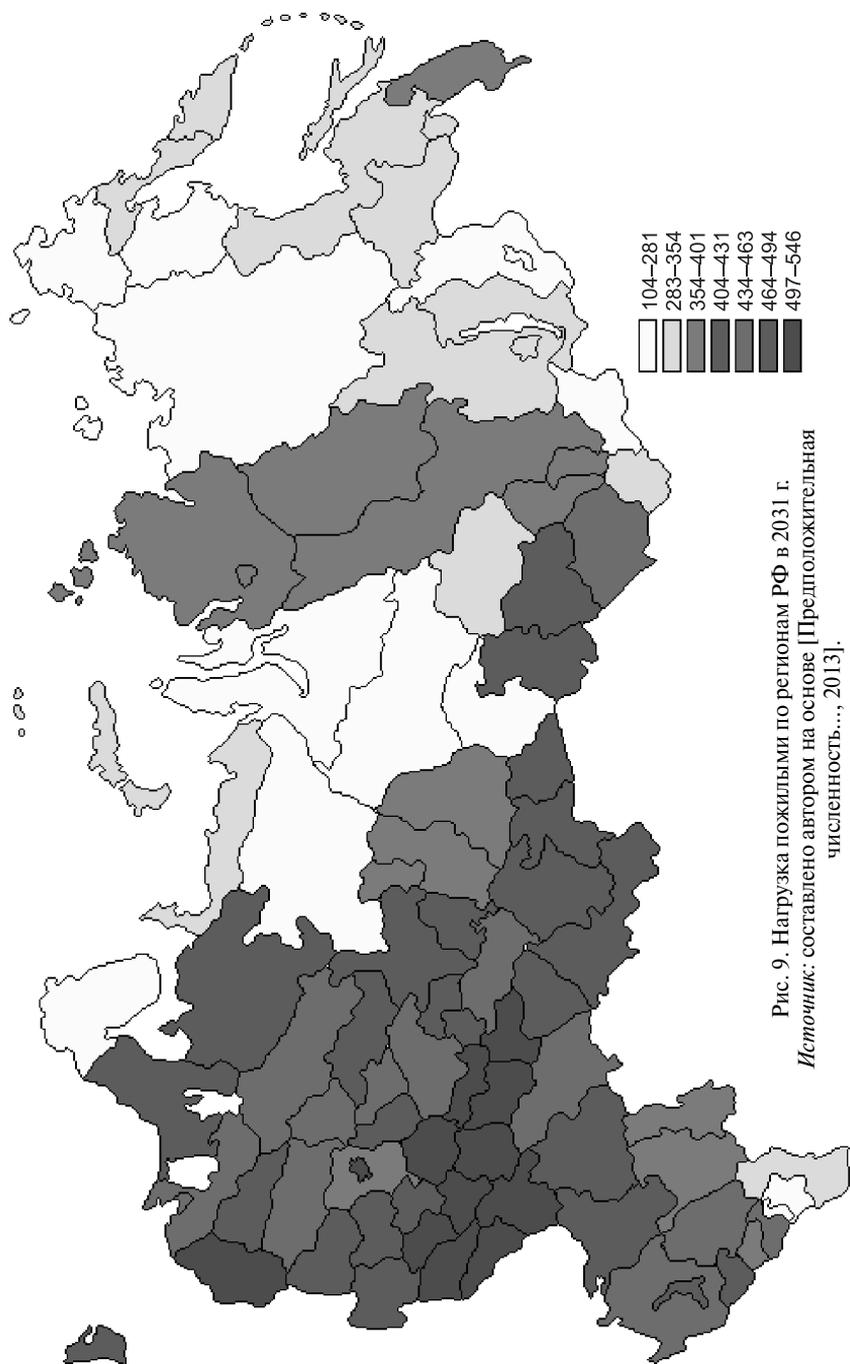


Рис. 9. Нагрузка пожилыми по регионам РФ в 2031 г.
 Источник: составлено автором на основе [Предположительная численность..., 2013].

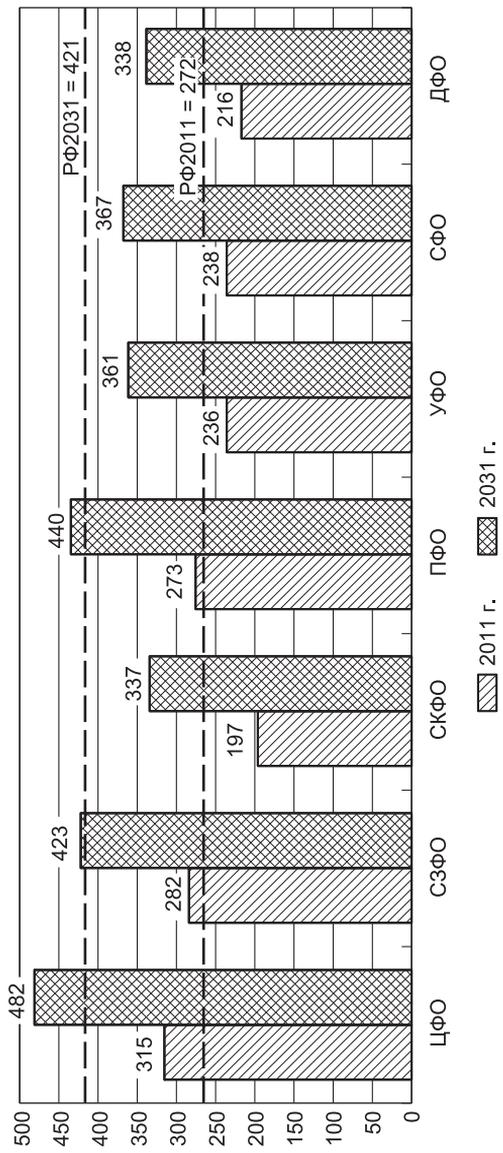


Рис. 10. Распределение нагрузки пожилыми по федеральным округам
 Источник: составлено автором на основе [Предположительная численность..., 2013].

ми продуктами составляет от 15 до 25%, при этом они равномерно распределены по доходам; среди держателей депозитных продуктов доля клиентов старше 55 лет превышает 40%, в более привилегированных сегментах доля таких пользователей превышает 50%. О возможностях развития данного рынка говорит и интерес «Почты России» к микрокредитованию: предложение микрозаймов под очень высокий процент пользуется успехом среди представителей указанной возрастной категории с низким доходом.

Отдельные банки, например ВТБ24, уже повысили предельный возраст выплаты кредита до 70 лет, а другие, например «Совкомбанк», позиционируют себя как полностью «пенсионные» банки, целевой аудиторией которых являются люди старше 50 лет. Нужно отметить, что стратегия работы для пожилых клиентов приносит свои плоды. Так, «Совкомбанк» оказался одним из тех банков, которые показали рост портфеля привлеченных средств в 2014 г. при нестабильной внешней ситуации. Одиннадцать из ТОП 25 банков по размеру привлеченных средств населения имели положительный темп прироста с начала года, при этом темп прироста Совкомбанка среди них максимальный (12,7%) [Центральный банк РФ].

Наибольшее развитие финансовые продукты для пожилых получили в столице, что вполне естественно — средняя зарплата в Москве (56 262,1 руб. в 2013 г.) превышает среднюю зарплату по России почти в 2 раза (29 960,1 руб. в 2013 г.) [Социально-экономическое положение..., 2014]). В Москве проживают 2,95 млн человек пенсионного возраста [Демографический ежегодник..., 2013], что составляет 24,7% населения столицы. Городской социальный стандарт материального обеспечения пенсионеров, включающий трудовую пенсию и региональную социальную доплату, в 2014 г. равнялся 12 тыс. рублей [Постановление Правительства Москвы..., 2013, п. 3], при этом 12% пожилых в качестве основного источника средств к существованию называли заработную плату [Итоги Всероссийской..., 2010]. За 20 мес. (с марта 2012 г. по ноябрь 2013 г.), согласно информационному portalу banki.ru, количество вкладов, предлагаемых пенсионерам, сократилось со 185 в 144 банках до 136 в 115 банках⁶. Количество «пенсионных» вкладов уменьшилось как в коммерческих, так и в государственных банках. При этом ставки остались практически неизменными: нижняя планка повысилась с 4 до 5%, в то время как верхняя осталась на уровне 12%. С 16 до 6 сократилось и без того небольшое количество специальных «пенсионных» кредитов, которые выдают по справкам из пенсионных фондов и которые зависят от статуса пенсионера (работающий/

⁶ Рассчитано автором на основе базы данных о банковских продуктах на 20.03.2012 и 20.11.2013.

неработающий), наличия поручительства. Отличительной чертой «пенсионных» кредитов является довольно высокий предельный возраст заемщика: при достаточно больших процентах он может достигать до 85 лет. Сокращение числа специальных «пенсионных» продуктов связано, скорее всего, с увеличением предельного возраста обычного заемщика и перехода к предложению пожилым стандартных продуктов вместо специальных, ориентированных на небольшие пенсии.

По данным отчета Национального бюро кредитных историй [Отчет Национального бюро..., 2014], за 2014 г. размер кредитов, предоставленных пожилым заемщикам, существенно зависел от банка, предоставляющего данную услугу: средние суммы в банках первой десятки могли различаться в 5 раз (в возрастах свыше 65 лет). Так, в январе 2014 г. средний размер выданного кредита для банка, входящего в ТОП 25 и работающего с привилегированным сегментом, составлял около 210 тыс. руб. для возрастной группы 65+ и 215 тыс. руб. для возрастной группы 60—65, в то же время средний размер аналогичного продукта в нескольких банках, входящих в ТОП 25 и работающих с массовым сегментом, составлял около 45 и 85 тыс. руб. соответственно. При этом среднее количество кредитов на десять заемщиков старше 60 лет превышало 15.

Доля пожилых клиентов коммерческих банков все еще остается невысокой (от 2 до 5%) и имеет обратную зависимость от размера кредита, однако наблюдается тенденция к ее увеличению.

Согласно исследованию по проекту «50 плюс», за 2008—2011 гг. 7,9% пожилых получили кредит, а 3,7% столкнулись с отказом [Стиль жизни..., 2011]. Тем не менее всего 41% пожилых людей считает, что кредиты им недоступны (рис. 11). Интересно отметить, что наиболее позитивно смотрят на кредитный вопрос жители небольших городов (в Москве и Нижнем Новгороде доля согласных с утверждением «Кредиты в наше время доступны только людям моложе меня» составляет около 40%, во Владимире и Муроме — около 20%).

Увеличивающийся интерес финансовых институтов к пожилым клиентам и появление проекта «50 плюс. Все плюсы зрелого возраста», а также создание ассоциации «50 плюс», объединяющей людей зрелого и старшего возраста, говорят о растущем благосостоянии людей этой возрастной категории. Однако для успешного развития рынка товаров для пожилых важно не только наличие самих товаров, но и их представление.

Но нельзя ограничиваться экстенсивным развитием на основе старших возрастных групп. Для воспитания грамотных заемщиков и вкладчиков, понимающих условия договоров и способных реально воспринимать стоимость банковских продуктов, необходимо

«Кредиты в наше время доступны только людям моложе»



Рис. 11. Оценка возможности получения кредита в пенсионном возрасте
 Источник: [Стиль жизни..., 2011].

прививать финансовые знания фактически «с пеленок». Тем более что на протяжении ближайших 20 лет не ожидается катастрофического снижения численности населения моложе трудоспособного возраста (рис. 7). Чем более грамотным будет клиент в финансовом плане, тем ниже вероятность нарушения им условий обслуживания и тем ниже риски для банка. Воспитанием будущих клиентов уже несколько лет занимаются некоторые европейские и американские коммерческие банки и финансовые стартапы. В последнее время они все чаще обращаются к совсем молодым клиентам — детям и подросткам. Таким образом они решают сразу несколько задач — формирование лояльности к бренду с юных лет и повышение финансовой грамотности будущих клиентов (а также нынешних, например их родителей) для взаимодействия с финансовыми институтами. То есть банки готовят для себя «идеальных» клиентов.

В качестве примера можно привести U.S. Bancorp и KeyBank. Оба банка предлагают дружелюбный интерфейс, понятный детям. Все операции пополнения счета и снятия денег проходят под контролем (или при оповещении) родителей. Детей обучают работать с платежными картами и расчетным счетом в игровой форме. Маленьким клиентам банка U.S. Bancorp — владельцам счета Young Saver («маленький сберегатель») (возраст до 5 лет) — предлагают наклейку-татуировку в подарок при внесении любой суммы, а также загрузку мелодий при достижении суммы вклада 100 долл. В банке KeyBank клиентам, открывшим счет DinoSaver (здесь игра слов — совмещение слов «динозавр» и «сберегатель»), в подарок предлагают игрушечных динозавриков. Также они выпускают кварталный информационный бюллетень для детей.

В России молодежные продукты на данный момент предлагает только Сбербанк. В момент запуска программы «Сбербанк Респект» в 2011 г. это было практически единственное предложение для молодых клиентов. Важным аспектом этой программы стало снижение минимального возрастного ограничения для владельцев кредитных карт до 18 лет (минимального возраста, соответствующего законодательству РФ). Обычно банки устанавливают ограничение на уровне 21 года. В поддержку продвижения данного комплекса продуктов Сбербанк создал виртуальную коммуникационную платформу, которая представляет комплекс банковских предложений, адресованных клиентам в возрасте от 14 до 25 лет.

Сбербанк первым на российском рынке перенял западный опыт по открытию отделений специального формата для молодежи. Современное отделение было организовано при кампусе Дальневосточного университета. При входе в этот офис гостей

встречает робот Сбербаш, из других новшеств можно отметить интерактивный стол и сенсорную монетницу.

Образцом для подражания в данном случае стали «отделения будущего» для молодежи, особенно популярные в Сингапуре и США. В основном такие отделения открываются при кампусах университетов. Например, в футуристическом подразделении банка DBS в одном из зданий Национального университета Сингапура тестируются современные банковские сервисы и проводятся обучающие мероприятия и конкурсы. Там реализованы новые технические возможности: интерактивность, электронная очередь с системой SMS-уведомлений, 40-дюймовый мультитач-экран, с помощью которого можно просматривать фотографии с мероприятий, буклеты в электронном виде, а также обращаться за теми или иными банковскими продуктами, отправлять нужную информацию на свои смартфоны. Все это дает возможность молодежи общаться с банком на привычном ей языке. Офисы на территории кампусов также начал открывать и сингапурский банк Frank.

Такой формат работы позволяет банкам привлечь не только клиентов, но и молодых специалистов на работу с помощью футуристического офиса, повысить финансовую грамотность, обучить студентов азам предпринимательства, задействовать клиентов в тестировании инновационных банковских сервисов.

Создание молодежной атмосферы не ограничивается выбором правильной территории для банковских офисов. Также распространены превращение отделения банка в место для встреч с друзьями и нестандартный подход к оформлению его внутреннего пространства. Например, банк Frank сделал из своего офиса в торгово-развлекательном центре молодежный магазин: стены оклеены яркими макетами банковских карт, в торговом зале дежурят продавцы-консультанты, одетые в casual, там же организовываются молодежные вечеринки для клиентов. Банки-кафе уже прошли свой пик популярности на Западе, а в России в прошлом году был открыт первый совместный офис банка «Открытие» и кофейни «Старбакс».

Вклады для детей младше 14 лет не распространены в нашей стране в том числе из-за законодательных ограничений: согласно ст. 26 Гражданского кодекса, самостоятельно, без согласия попечителя, распоряжаться своими доходами (заработная плата, стипендия) могут несовершеннолетние в возрасте от 14 до 18 лет. Они также вправе вносить вклады в кредитные учреждения и распоряжаться ими⁷. Находящиеся на счетах несовершеннолетних денежные средства, внесенные третьими лицами, являются их имуще-

⁷ Внесение средств на счет разрешается с 14 лет.

ством, а не доходами, и родители (опекуны) не имеют права давать разрешение на распоряжение ими без письменного согласия органа опеки.

Единственное, что могут предложить банки для ребенка, которому еще нет 14 лет, — дополнительная к родительской дебетовая карта. Так, в «Росбанке», «Бинбанке», банках «Возрождение» и «Открытие» эта услуга доступна уже с 6-летнего возраста, в Сбербанке — с 10-летнего. Но дополнительная карта привязана к родительскому счету и не дает ощущения полной самостоятельности.

Формирование лояльности подрастающего поколения — очень важная задача для банка. Согласно исследованию компании FICO, проведенному в США в 2014 г. [Options and Opportunities..., 2014], миллениалы (так называемое поколение Y — родившиеся в середине в 1980-х гг.) в пять раз чаще закрывают все свои счета в основном банке и в три раза чаще открывают счета в новом банке, чем поколение бэби-бумеров (в данном контексте — люди старше 50 лет). Таким образом, банкам нужно прилагать все больше усилий, чтобы не потерять молодых клиентов. Борьба за их лояльность особенно важна в условиях насыщения рынка банковскими продуктами.

К сожалению, расширение клиентуры банков за счет детей в России возможно лишь при изменении законодательства, а потенциал подростковой возрастной группы 14—18 лет практически не раскрыт. Однако это не мешает банкам заниматься развитием финансовой грамотности, особенно среди указанных возрастов.

Еще один вариант экстенсивного расширения клиентской базы банков (кроме привлечения молодежи и людей пенсионного возраста) предполагает увеличение географического охвата. Самым привлекательным сегментом рынка являются города с численностью населения более 50 тыс. человек. Их население в общем составляет 79 млн человек — чуть больше половины населения страны. К тому же в таких городах проживают наиболее состоятельные люди, и они легко достижимы для большинства банков. В остальных городах финансовые сервисы представляют либо Сбербанк (как офисами, так и выездными службами), либо «Почта России», либо стихийные микрофинансовые организации, которые скорее портят впечатление о правильных банковских услугах, чем работают в его пользу.

22 млн человек (15% населения РФ) проживает в населенных пунктах с численностью от 10 тыс. до 50 тыс. человек, еще 41,3 млн человек (29% населения РФ) — в поселениях с численностью меньше 10 тыс. человек [Численность населения...: стат. сб., 2013] (таблица). То есть практически «забытыми» банковским рынком являются 45% населения страны.

Суммарное население городов с различной численностью

Численность населенного пункта, чел.	Число населенных пунктов	Суммарное население, млн чел.
0—500	124 642	10
501—1000	9994	7
1001—2000	4846	6,7
2001—5000	2530	8
5001—10 000	1681	9,6
10 001—50 000	1230	23
50 001—100 000	156	11
100 000+	169	68
Итого	145 248	143,3

Источник: составлено автором на основе данных [Численность населения...: стат. сб., 2013].

На это обстоятельство уже обратила внимание «Почта России». По данным выступления министра связи и массовых коммуникаций Н.А. Никифорова 24 октября 2013 г. на конференции «Деньги будущего», в населенных пунктах с численностью менее 10 тыс. человек нет офисов даже Сбербанка, но есть отделения «Почты России»: 2900 офисов — в городах с численностью менее 20 тыс. человек, 91 00 офисов — в деревнях с численностью более 1 тыс. человек, 21 700 офисов — в деревнях с численностью менее 1 тыс. человек. Проанализировав сложившуюся ситуацию, руководство «Почты России» приняло решение об открытии почтово-банковской системы «Почта-банк» на базе своей организации. О выходе в малые города также объявил банк «Открытие». Указанные факты свидетельствуют о том, что экстенсивное географическое развитие уже является реализуемой стратегией присутствия финансовых организаций.

Несомненно, начало работы с новыми клиентскими сегментами и географическими территориями сопряжено с определенными рисками: низкие доходы молодежи, пожилых и жителей малых населенных пунктов могут быть недостаточными для погашения всех принятых ими финансовых обязательств. Однако попасть в кредитную пирамиду может любой человек независимо от его возраста. Чтобы этого не произошло, важно повышать уровень фи-

нансовой грамотности, образовывать клиентов, как это делают многие западные банки, проводя обучающие семинары и лекции. К такой практике начинают присоединяться и российские финансовые институты. Созданию развитого пользователя финансовыми услугами больше способствует взаимодействие с банками, нежели с микрофинансовыми организациями, которые сейчас главенствуют в сегменте пожилых и жителей малых населенных пунктов.

Тезис о том, что пожилые люди не понимают кредитов и неспособны к правильному обращению с ними, который довольно часто возникает в российской прессе, является спорным. Согласно исследованию Объединенного кредитного бюро, крупнейшим источником данных которого является Сбербанк [Ширманова, 2014], граждане старше 60 лет меньше всех допускают просрочки по кредитам: нарушение обязательств с их стороны отмечено лишь в 8,7%. Это достаточно низкое значение в сравнении с другими возрастными группами, хоть и имеет тенденцию к повышению.

Снижает риски работы с пожилыми и судебная практика, которая в данный момент предполагает переход долга по кредитному договору в состав наследства при наступлении смерти должника. Способствуют работе с этим сегментом и многочисленные страховые программы, получившие развитие в последнее время.

Молодежь, к сожалению, более импульсивна в своих покупках и кредитах: уровень просрочки среди граждан моложе 26 лет достигает 25%. Однако в следующей 10-летней возрастной группе этот показатель снижается практически в 2 раза. В защиту молодых стоит сказать, что ипотечные кредиты они выплачивают лучше всех остальных возрастных категорий.

Банкам, безусловно, нужно корректировать скоринговые системы, но эти сложности не означают, что следует отказываться от работы с нестандартными сегментами.

Заключение

Экстенсивный рост возможен за счет ориентации коммерческих банков на новые возрастные группы — пожилое население и молодежь и на другие территории (например, города с численностью меньше 50 тыс. человек).

1. Ориентация на пожилое население. В России сокращение численности населения сопровождается его старением, как и в других экономически развитых странах. По прогнозам ООН, к 2050 г. доля людей старше 65 лет в России достигнет уровня Японии 2010 г. [Kuonen et al., 2011]. Доля населения старше трудоспособного возраста за последние 50 лет выросла в 2 раза — с 11,8% в 1959 г. до 23,1% в 2013 г. В абсолютном выражении этот рост составляет бо-

лее 19 млн человек. Согласно прогнозу численности и структуры населения до 2031 г., выполненному Федеральной службой государственной статистики РФ, в ближайшие 20 лет ожидается рост численности указанной группы населения на 4,4—10,7 млн — до 40,8 млн человек (или 28,9% населения) [Предположительная численность..., 2013]. В этой связи абсолютно логичен возрастающий интерес банков к пожилому населению.

Однако рекламы банковских продуктов, предназначенных для пожилых, в России практически нет, либо они основаны на искаженном имидже пожилого человека. В результате люди старшего возраста часто чувствуют себя забытыми и не стремятся повышать уровень своей финансовой грамотности, заменяя взаимодействие с банками взаимодействием с микрофинансовыми организациями. Проблема усугубляется еще и тем, что на данный момент российское общество, в том числе бизнес-сообщество, воспринимает пожилых людей в соответствии с негативными стереотипами, сложившимися под воздействием образов, создаваемых рекламой.

2. Ориентация на молодежь. Передовые европейские и американские коммерческие банки и финансовые стартапы в последнее время все чаще привлекают совсем молодых клиентов: детей и подростков, ставя перед собой несколько целей, в том числе создание лояльных клиентов «с пеленок» и повышение финансовой грамотности молодежи для взаимодействия с финансовыми институтами. Таким образом, они готовят для себя «идеальных» клиентов. В России молодежные продукты на данный момент предлагает только Сбербанк.

3. Географическое расширение. В городах с населением менее 50 тыс. в общем проживает 24,2 млн человек, что составляет 30% от населения городов с численностью 50 тыс. Еще 38 млн человек живет в сельских населенных пунктах. Представительство финансовых организаций во многих из них ограничивается выездными службами Сбербанка и «Почтой России». О выходе в малые города уже заявил банк «Открытие», в 2013 г. министр связи и массовых коммуникаций Н.А. Никифоров презентовал концепцию создания «Почта-банка» и его целевую аудиторию. Таким образом, экстенсивное географическое развитие для финансовых организаций является реализуемой стратегией уже сегодня.

В данной статье предпринята попытка обосновать необходимость работы с новыми для банков сегментами (молодежь, пожилыми людьми и жителями небольших городов). За рамками статьи остались методы и формы работы с ними, которые могут стать темой отдельного прикладного исследования.

Независимо от того, какой путь изменения целевых сегментов выберет российский финансовый бизнес — интенсивный или экс-

тенсивный, — построение взаимоотношений с новой аудиторией с помощью анализа ее демографических характеристик определенно повысит как эффективность, так прибыль банков.

Список литературы

Вишневский А. Россия перед демографическими вызовами // Demoscope. 2010. № 417—418. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0417/tema01.php> (дата обращения: 01.06.2014).

Демографический ежегодник России 2013: Стат. сб. М.: Росстат, 2013.

Информация о социально-экономическом положении России за январь—сентябрь 2014 года: Докл. ФСГФ // Федеральная служба государственной статистики: сайт. 2014. URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B14_00/IssWWW.exe/Stg//%3Cextid%3E/%3Cstoragepath%3E::%7Cdk09/1-0.doc (дата обращения: 24.10.2014).

Итоги Всероссийской переписи населения 2010. Т. 5: Источники средств к существованию // Федеральная служба государственной статистики: сайт. 2001—2013. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/groc/Documents/Vol5/pub-05-03.pdf (дата обращения: 20.05.2014).

Киселева Е.С. Продолжительность жизни и здоровье населения старшего возраста в России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. 2011. № 2. URL: <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/c/1335/file/Ekonomika-2-2011.pdf> (дата обращения: 10.10.2014).

Молодежь в России. 2010: Стат. сб. М., 2010.

Национальный кредитный бюллетень за I квартал 2014 г. // НБКИ [Электронный ресурс]. М., 2014. Режим доступа: локальный. Дата последнего обновления: 10.04.2014.

Отчет Национального бюро кредитных историй для одного из коммерческих банков РФ // НБКИ [Электронный ресурс]. М., 2014. Режим доступа: локальный. Дата последнего обновления: 10.04.2014.

Полякова Ю. Банки перестали считать закредитованных заемщиков группой риска // РБК: сайт. 2014. 30 сентября. URL: <http://top.rbc.ru/finance/30/09/2014/542967c6cbb20fe32f38981b> (дата обращения: 12.10.2014).

Постановление Правительства Москвы от 17.12.2013 № 851-ПП «Об установлении размеров отдельных социальных выплат на 2014 год» // Консультант плюс. Версия Проф. [Электронный ресурс]. Режим доступа: локальный. Дата последнего обновления: 20.04.2014.

Предположительная численность населения Российской Федерации до 2030 года: Стат. бюлл. М., ФСГС, 2013. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140095525812 (дата обращения: 24.04.2014).

Распределение населения РФ по возрастным группам // База данных ФСГС: сайт. 2013. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/demo14.xls (дата обращения: 24.10.2013).

Рекламное агентство Senioragency: сайт. URL: <http://www.senioragency.com/> (дата обращения: 01.06.2014).

Социально-экономическое положение федеральных округов 2013. М.: ФСГС, 2014. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_20/IssWWW.exe/Stg/4kv/z/7-3-3.htm (дата доступа: 13.05.2014).

Стиль жизни, потребности и готовность к участию в проекте «50 плюс» людей старшей возрастной категории: Социологическое исследование. М., 2011.

Центральный банк Российской Федерации: сайт. URL: <http://cbr.ru/> (дата обращения: 01.06.2014).

Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2013 г.: Стат. сб. М.: ФСГС, 2013. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/afc8ea004d56a39ab251f2bafc3abfce (дата обращения: 01.12.2013).

Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2013 г.: Стат. бюлл. М.: ФСГС, 2013. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_111/ (дата обращения: 24.04.2014).

Ширманова Т. Каждый четвертый кредит молодежи оказался просроченным // Известия: сайт. 2014. 17 сентября. URL: <http://izvestia.ru/news/576785> (дата обращения: 05.10.2014).

Kuenen J.W., Osselaer J. van, Berz K., Kaye Ch., Sander A., Schouten W.-J., Tsusaka M. Global Aging: How Companies Can Adopt to the New Reality: Report // The Boston Consulting Group Website. 2011. December. URL: https://www.bcgperspectives.com/content/articles/financial_institutions_insurance_global_aging_how_companies_can_adapt_new_reality/ (last accessed data: 20.22.2014).

Options and Opportunities: Forging Lasting Banking Relationships with Millennials. FICO Report, 2014.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

Vishnevskij A. Rossiya pered demograficheskimi vyzovami, *Demoscope*, 2010, N 417—418, URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0417/tema01.php> (data obrashchenija: 01.06.2014).

Demograficheskij ezhegodnik Rossii 2013, Stat. sb, M, Rosstat, 2013.

Informacija o social'no-jekonomicheskom polozhenii Rossii za janvar'—sentjabr' 2014 goda: Dokl. FSGF, *Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki, sajt*, 2014, URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B14_00/IssWWW.exe/Stg//%3Cextid%3E/%3Cstoragepath%3E::%7Cdk09/1-0.doc (data obrashchenija: 24.10.2014).

Itogi Vserossijskoj perepisi naselenija 2010, T. 5: Istochniki sredstv k sushchestvovaniju, *Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki, sajt*, 2001—2013, URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol5/pub-05-03.pdf (data obrashchenija: 20.05.2014).

Kiseleva E.S. Prodolzhitel'nost' zhizni i zdorov'e naselenija starshego vozrasta v Rossii, *Vestn. Mosk. un-ta, Ser. 6, Jekonomika*, 2011, N 2, URL: <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/c/1335/file/Ekonomika-2-2011.pdf> (data obrashchenija: 10.10.2014).

Molodezh' v Rossii, 2010, Stat. sb, M, 2010.

Nacional'nyj kreditnyj bjulleten' za I kvartal 2014 g., *NBKI, Jelektronnyj resurs*, M, 2014, Rezhim dostupa: lokal'nyj, Data poslednego obnovenija: 10.04.2014.

Otchet Nacional'nogo bjuro kreditnyh istorij dlja odnogo iz kommercheskih bankov RF, *NBKI, Jelektronnyj resurs*, M, 2014, Rezhim dostupa: lokal'nyj, Data poslednego obnovlenija: 10.04.2014.

Poljakova Ju. Banki perestali schitat' zakreditovannyh zaemshchikov gruppoj riska, *RBK, sajt*, 2014, 30 sentjabrja, URL: <http://top.rbc.ru/finances/30/09/2014/542967c6cbb20fe32f38981b> (data obrashchenija: 12.10.2014).

Postanovlenie Pravitel'stva Moskvy ot 17.12.2013 N 851-PP «Ob ustanovlenii razmerov otdel'nyh social'nyh vyplat na 2014 god», *Konsul'tant pljus, Versija Prof, Jelektronnyj resurs*, Rezhim dostupa: lokal'nyj, Data poslednego obnovlenija: 20.04.2014.

Predpolozhitel'naja chislennost' naselenija Rossijskoj Federacii do 2030 goda, Stat. bjull, M, FSGS, 2013, URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140095525812 (data obrashchenija: 24.04.2014).

Raspredelenie naselenija RF po vozrastnym gruppam, *Baza dannyh FSGS, sajt*, 2013, URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/demo14.xls (data obrashchenija: 24.10.2013).

Reklamnoe agentstvo Senioragency, sajt, URL: <http://www.senioragency.com/> (data obrashchenija: 01.06.2014).

Social'no-jekonomicheskoe polozenie federal'nyh okrugov 2013, M, FSGS, 2014, URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_20/IssWWW.exe/Stg/4kv/z/7-3-3.htm (data obrashchenija: 13.05.2014).

Stil' zhizni, potrebnosti i gotovnost' k uchastiju v proekte «50 pljus» ljudej starshej vozrastnoj kategorii, sociologicheskoe issledovanie, M, 2011.

Central'nyj bank Rossijskoj Federacii, sajt, URL: <http://cbr.ru/> (data obrashchenija: 01.06.2014).

Chislennost' naselenija Rossijskoj Federacii po municipal'nym obrazovanijam na 1 janvarja 2013 g, Stat. sb, M, FSGS, 2013, URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/afc8ea004d56a39ab251f2bafc3a6fce (data obrashchenija: 01.12.2013).

Chislennost' naselenija Rossijskoj Federacii po polu i vozrastu na 1 janvarja 2013 g, Stat. bjull, M, FSGS, 2013, URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_111/ (data obrashchenija: 24.04.2014).

Shirmanova T. Kazhdyj chetvertyj kredit molodezhi okazalsja prosrochennym, *Izvestija, sajt*, 2014, 17 sentjabrja, URL: <http://izvestia.ru/news/576785> (data obrashchenija: 05.10.2014).