



докторант Надя Ненкова

Докторант Надя Ненкова завършва специалност „Финанси“ в СА Д. А. Ценов, гр. Свищов. Разработва докторантура в Нов български университет, в департамент „Икономика“, програма „Финанси“. Дисертационният ѝ труд е в областта на банковото дело. Като докторант чете лекции по „Въведение във финансите“ и води практика: учебно тренировъчна фирма в НБУ.

Основни области на интерес – финанси, банки, конкурентоспособност на банките, парично обръщение и кредит.

Надя Ненкова

СТРУКТУРА И ОСОБЕНОСТИ НА СЪВРЕМЕННИЯ БАНКОВ ПАЗАР

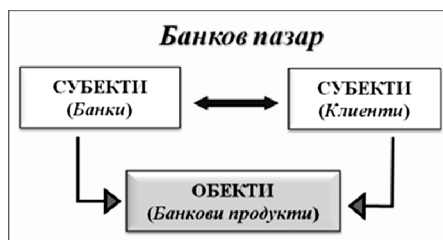
Бизнесът на банките може да бъде успешен, ако съществува сполучлива комбинация между подходящи банкови клиенти и рационални банкови продукти и решения, които да им бъдат предложени. Зависимостта „банки – клиенти – продукти и услуги“ формира сърцевината на банковия пазар. Известно е, че неговото състояние има ключово значение за нормалното функциониране на съвременната пазарна икономика. Това обуславя и актуалността на разглежданата в настоящата разработка проблематика. По-конкретно *обект* на внимание в статията е структурата и особеностите на банковия пазар през последните десет години.

* * *

Банковият пазар е разнородно и многопластово понятие. Той може да се разглежда като система, в която се включват определени субекти (това са от една страна банките, а от друга – техните клиенти) и обекти (каквито са банковите услуги и продукти), по повод на които се осъществяват дадени взаимоотношения (вж. фиг. 1). В този смисъл банковият пазар изразява *взаимотношенията на банките* със съответните *клиенти* по повод предлагането, предоставянето и ползването на различни видове *банкови продукти*¹ и *услуги*².

¹ Банковата услуга се определя като всяко задоволяване на потребността на клиентите, което става възможно благодарение дейността на банките.

² Банков продукт – това е конкретен банков документ (сертификат), който се произвежда от банката за обслужване на клиенти и за извършване на операцията.



Фигура 1. Анатомия на банковия пазар

На тази основа, от позициите на банките, пазарът може да се представи в два аспекта:

- от гледна точка на *услугите и продуктите* – *продуктов пазар*;
- от гледна точка на *клиентите* – *клиентски пазар*.

Оттук самата банкова дейност според своята ориентация може да бъде: продуктово-ориентирана дейност и клиентско-ориентирана дейност.

Продуктово-ориентирания подход в исторически план е типичен за банките до 60^{-те} и 70^{-те} години на ХХ в. Според него *продуктовата база предопределя клиентската база*. С други думи в зависимост от това какви продукти предлага банката, тя обслужва определен кръг от клиенти, т. е.



След 60^{-те} и 70^{-те} години в банковата индустрия протичат съществени изменения, свързани със засилване на банковата конкуренция; насищане на пазара на банкови продукти; нарастване изискванията на клиентите относно качеството на банковите продукти; увеличаване на разходите в банковата индустрия и т. н.³ Тези изменения стимулират банките да погледнат на банковия пазар от друг зрителен ъгъл, оценявайки предимствата на *клиентско-ориентирания подход*. Според него *клиентската база стои в основата и предопределя продуктовата база* – в зависимост от типа клиенти, които обслужва в момента или възнамерява да обслужва в бъдеще, банката определя кръга на своите продукти, т. е.



На основата на двата критерия като „продуктов пазар” и като „клиентски пазар” структурата на банковия пазар може да бъде представена по следния начин:

- пазар на кредитни услуги;
- пазар на влогонабирателни услуги;
- пазар на платежни услуги;
- пазар на консултантски услуги;
- пазар на доверителни услуги;
- пазар на инвестиционни услуги;
- пазар на посреднически услуги и т. н.

³ Банковское дело (под ред. на Г.Г.Коробовой).- М., Экономистъ, 2006.

Всеки от посочените пазари се формира от пазарите на отделните услуги или банкови продукти. От своя страна продажбата на банкови услуги и продукти води до обособяването на отделни отрасли, а във всеки един от тях се формират съответни подотрасли⁴. Това е илюстрирано в табл. 1.

Таблица 1. Банкови отрасли и подотрасли в зависимост от характера на банковите услуги и продукти

Банкови пазари	Банкови отрасли	Банкови подотрасли
Пазар на кредитни услуги Частно банково обслужване	Кредитиране Косвено Кредитиране	Бизнес кредитиране Потребителско кредитиране Ипотечно кредитиране Междубанково кредитиране Лизинг Факторинг Форфетинг
Пазар на влогонабирателни услуги	Спестовно дело	Влогове до поискване Спестовни влогове Срочни влогове Съхраняване на ценности
Платежни услуги	Разчетно-касово обслужване Банкови карти Търговско финансиране	Касови операции Безналични разплащания Кредитни карти Дебитни карти Банкови гаранции Документарно инкасо Документарен акредитив Операции с чекове
Посреднически услуги	Дистанционно банкиране	Електронно банкиране Интернет банкиране Телефонно банкиране
Пазар на инвестиционни услуги	Инвестиционно посредничество	Инвестиционно посредничество на фондовия пазар Инвестиционно посредничество на пазара на благородни метали
Пазар на финансови услуги	Доверително управление Агентско обслужване	Доверително управление на имуществото Управление на активи
Пазар на консултантски услуги	Консултантско и информационно обслужване	Правно обслужване Управленско и финансово консултиране

Структурата на *банковия пазар по групи клиенти* може да се определи по различни признаци. Най-широката класификация обособява клиентите на две големи групи:

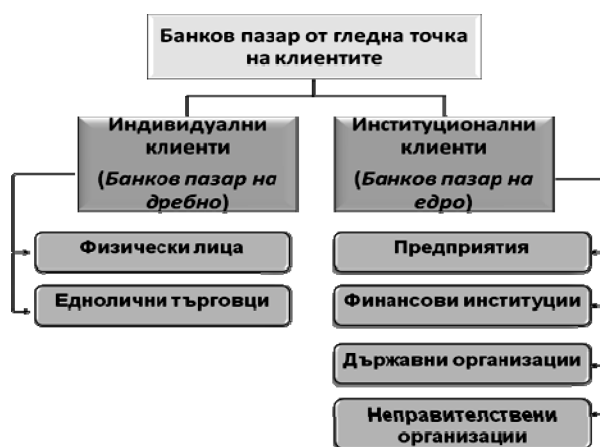
- индивидуални клиенти, формиращи *банковия пазар на дребно* и
- институционални клиенти, обособяващи *банковия пазар на едро*.

⁴ Въпросът за видовете банковите отрасли е дискуссионен в икономическата теория. Понякога банковата дейност се разглежда като един отрасъл. Практиката показва, че банковия сектор обхваща разнородни дейности и трудно може да се представи към един хомогенен отрасъл, а представлява съвкупност от специфични подотрасли. Банковото дело е съвкупност от отрасли, всеки от който се характеризира със своите особености в рамките на финансовия пазар.

Тази класификация на свой ред може да бъде детайлизирана. Например, много западноевропейски кредитни институции отделят следните групи клиенти:

- физически лица;
- еднолични търговци;
- предприятия (фирми);
- финансови институции;
- държавни организации;
- неправителствени организации.

Така от гледна точка на клиентите банковият пазар може да се представи по следния начин (вж. фиг. 2):



Фигура 2. Банковият пазар от гледна точка на клиентите

Разделянето на тези пазари на още по-малки сегменти в значителна степен зависи от конкретната цел, преследвана от банковата институция. Класификацията на индивидуалните клиенти *по демографски (възрастов) признак* може да бъде:

- лица в младежка възраст (18–25 г.);
- лица в зряла възраст (25–45 г.);
- лица в напреднала възраст (45–65 г.);
- възрастни лица (над 65 г.).

В табл. 2 са дадени характерни черти на всяка от тези групи, които влияят върху търсенето на банковите услуги.

Индивидуалните клиенти на банката могат да се обособят и според други критерии:

- според образование и професионална квалификация
 - Професионални мениджъри;
 - Квалифицирани специалисти;
 - Административни работници;
 - Общи работници;
 - Студенти;
 - Пенсионери;

Таблица 2

Групи	Характеристика	Банкови продукти
<i>Лица в младежка възраст (18–25 г.)</i>	Висока мобилност, чести пътувания, създават семейство, започват работа, обучават се, имат сравнително ограничени финансови възможности	Дебитни карти Студентски кредити Спестовни влогове Краткосрочни влогове
<i>Лица в зряла възраст (25–45 г.)</i>	Започват работа, правят кариера, купуват автомобил или жилище, отглеждат и обучават деца, получават нарастващи доходи, но имат и нарастващи задължения	Разплащателни продукти Дългосрочни ипотечни кредити Потребителски кредити Кредитни карти Овърдрафт-кредити Срочни влогове
<i>Лица в напреднала възраст (45–65 г.)</i>	Доходите им нарастват, имат склонност към спестяване и избягват натрупване на дългове	Дългосрочни влогове Финансово консултиране Съхраняване на ценности Ипотечни кредити Потребителски кредити Дълг
<i>Възрастни лица (над 65 г.)</i>	Заседнал начина на живот, имат натрупан капитал, стремеж да го съхранят и да осигурят постоянен бъдещ доход	Срочни влогове Съхраняване на ценности

- *според имущественото състояние и доходите*

- Лошо имуществено състояние и ниски доходи;
- Недобро имуществено състояние и доходи под средните;
- Добро имуществено състояние и средни доходи;
- Добро имуществено състояние и доходи над средните;
- Много добро имуществено състояние и високи доходи;
- Богати клиенти с изключително високи доходи;

- *поведенческа сегментация на индивидуалните клиенти според:*

- *поводът* (търсят се типични случаи, при които клиентите най-често се обръщат за конкретни банкови услуги) – стартиране на бизнес; създаване на семейство; покупка на жилище; ремонт и обзавеждане; покупка на автомобил; обучение и т. н.

- *ползата* – различните клиенти държат на различни неща – получаване на доходи; сигурност и намаляване на риска от кражби; удобството и комфорт; рационално управление на личните финанси;

- *честота* на ползване на банкови услуги – постоянно ползващи банкови услуги; сравнително често ползващи банкови услуги; рядко ползващи банкови услуги; не ползващи досега банкови услуги.

– *привързаността към марката* – привързаност към дадена банка; привързаност към даден продукт;

– *отношението към продукта* – клиенти-ентузиастични; положително настроени; безразлични клиенти; враждебно настроени клиенти;

Поведенческата сегментация се прави на базата на вътрешна информация, проведени анкети, тестове. Получените резултати се обобщават и се изготвя т. нар. портрет на типовете клиенти.

Структурата на *банковия пазар на едро* може също да се направи по различни признаци. Един от тях е размера на предприятията – обем на продажбите, численост на персонала и т. н. (вж. табл. 3).

Друг важен признак на сегментация на *банковия пазар е характера на предприемаческата дейност* на фирмата – добивна промишленост, обработваща промишленост, строителство, селско стопанство, търговия, услуги е т. н.

Сегментирането на клиентите по *юридически статут* става по следния начин:

- Еднолични търговци (ЕТ);
- Дружества с ограничена отговорност (ООД);
- Еднолични дружества с ограничена отговорност (ЕООД);
- Акционерни дружества (АД);
- Еднолични акционерни дружества (ЕАД).

Пространствената структура на *банковия пазар* води до формирането на следните сектори:

- Локален (местен) банков пазар – такъв пазар е налице в пределите на града, селото, региона;
- Национален (вътрешен) банков пазар – формира се в рамките на отделна страна;
- Международен банков пазар – тук може да се посочат две поднива: световен пазар и пазар на международни обединения (например ЕС).

Пространствената структура на *банковия пазар* не съвпада с административно-териториалното деление на страна – за това се нарича *пространствена*, а не *териториална* или *географска*. Равнището на развитие на икономиката на конкретната държава, степента на икономическа интеграция на нейните региони, и възможностите на различните групи *банкови клиенти* имат решаващо значение за определяне границите на *банковите пазари*.

Банковите продукти и услуги, в зависимост от характеристиките на клиентите на които те се предоставят, обикновено оформят няколко клиентски сегмента:⁶

1. *Банкиране на дребно (Retail Banking)*, обхващащо продукти и услуги, които обикновено се предоставят на граждани и домакинства, т. е. на лица, които не разполагат с голям капитал или доходи. Те имат характер на масови продукти и обслужват широкия потребител (наричат се още „базисни продукти”); предназначени са за групи клиенти с еднакви или сходни потребности; отличават се с широк асортимент, но много голяма степен на стандартизация.

2. *Бизнес банкиране (Business Banking)* – включва продукти, предоставяни на субекти с ограничен капитал или доходи (малки, средни и микро предприятия). Те са предназначени за групи клиенти с относително сходни потребности; отличават се със значителна стандартизация и предполагат силно развита клонова мрежа.

⁶ Вачков, Ст. и др. В света на модерното банкиране. Варна, 2007

Таблица 3. Структурата на *банковия пазар на едро*

Банкови клиенти според големината⁵	Банкови продукти
МИКРОПРЕДПРИЯТИЯ 1) средносписъчен брой на персонала, по-малък от 10 души, и 2) годишен оборот или стойност на активите, които не превишават 3 900 000 лв. Семейни предприятия с ограничени финансови възможности, отсъствие на административен апарат, минимум планиране. Сферата на дейност е ограничена. Търговският успех е свързан с 1–2 ключови цели.	Кредити за стартиране на бизнеса Кредити за оборотни средства Платежни услуги Финансово консултиране
МАЛКИ ПРЕДПРИЯТИЯ 1) средносписъчен брой на персонала от 10 до 50 души и 2) годишен оборот, или стойност на активите, които не превишава 19 500 000 лв.	
СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ 1) средносписъчен брой на персонала от 50 до 250 души, и 2) годишен оборот, който не превишава 97 500 000 лв., и/или стойност на активите, която не превишава 84 000 000 лв. Потребност от дългосрочни източници на финансиране за разширяване на дейността. Голям брой работници. Голям обем счетоводна работа, операции с налични пари. Проблеми при финансирането. Потребност от ДМА	Дългосрочни инвестиционни кредити Кредити за оборотни средства Депозитни продукти Лизингови услуги Дебитни и кредитни карти на работниците и служители Бизнес консултации Платежни услуги Проектни кредити Валутни операции
ГОЛЕМИ КОМПАНИИ 1) средносписъчен брой на персонала от над 250 души, и 2) годишен оборот над 97 500 000 лв., и/или стойност на активите над 84 000 000 лв. Ориентация към експанзия и завладяване на пазара. Наличие на широка мрежа от филиали, персонал за реализация и административен контрол. Голяма потребност от капитал в ДМА. Стремеж за въвеждане на нови продукти, което поражда необходимост от научно-изследователска дейност. Постоянен стремеж към завоюване на нови пазари, особено в чужбина.	Управление на паричните наличности Кредитни линии Дългосрочно кредитиране Синдикирани кредити Услуги свързани с вноса и износа Валутни операции, Нови продукти

3. *Корпоративно банкиране (Commercial Banking)*, който включва продукти и услуги, които се предоставят на крупни корпоративни клиенти или големи предприятия. Те имат по-голяма стойност и понякога по-силно изразен рисков профил; не са толкова силно унифицирани и стандартизирани, като при банкирането на дребно.

4. *Индивидуално (частно) банкиране (Private Banking)* – това са продукти и услуги, които се предоставят на много богати (заможни) частни клиенти. Те не са стандартизирани, а индивидуализирани (индивидуални продукти, удовлетворяващи индивидуалните потребности на клиента); изискват постоянни, дългосрочни лични контакти на банката с клиента и висока степен на доверителност на взаимоотношенията с него.

5. *Инвестиционно банкиране (Investment Banking)* – става дума за продукти

⁵ Съгласно Закон за малките и средните предприятия.- обн. ДВ, 1999, бр.84

на банката, свързани с купуването и продаването на ценни книжа както за своите клиенти, така и за своя сметка.

В България банковия пазар има локален характер и причини за това са по-слабо развитите телекомуникации и по-ниската степен на развитие на икономиката спрямо останалите държави от Европейския съюз.

* * *

В по-нататъшното изложение вниманието е концентрирано върху развитието на пазара на кредитни и депозитни продукти на банките у нас. Основната идея е да се очертаят тенденциите и факторите, определящи тяхната динамика, както и пазарното положение основните участници на тези пазари.

Стопанската криза у нас рефлектира сериозно върху кредитната активност на банките в България.⁷ От данните в табл. 4 става ясно, че силното влошаване на икономическите условия при кризисната обстановка в страната доведе до чувствително стагниране на кредитния пазар у нас след 2008 г. За целия петгодишен период от 2009 г. до 2013 г. кредитите, предоставени на предприятия и физически лица от банките от първа и втора група⁸ е нараснал едва с +12,57%, докато само за една от предкризисните години – 2008 г. спрямо 2007 г. – той е +31,67%. За последната изминала година (2013 г.) този прираст може да се счита за символически (+0,75%).

Таблица 4. Брутни кредити на банките от първа и втора група у нас по отношение на кредитите, предоставени на предприятия и физически лица за периода 2007–2013 г.

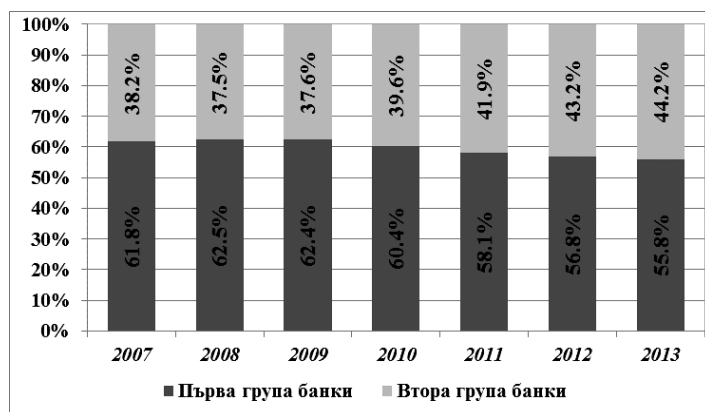
Година	Сума към края на съответната година (в хил. лв.)	Изменение (+/-) спрямо предходната година (%)
2007	35 547 565	-
2008	46 805 861	+31,67%
2009	48 830 844	+4,33%
2010	50 177 393	+2,76%
2011	52 336 504	+4,30%
2012	54 559 470	+4,25%
2013	54 967 087	+0,75%

Източник: данните са по изчисления на автора на базата на официално публикуваната информация на БНБ (www.bnb.bg)

Най-голям дял от кредитния пазар притежават банките от първа група (петте най-големи банки според размера на активите си) – те владеят повече от половината от пазара на кредитни продукти (61,8% през 2007 г. и 55,8% през 2013 г.) Това недвусмислено показва тяхната конкурентоспособност на тази насока. Останалите деветнадесет банки (без да броим банките от трета група – клоновете на чужди банки у нас) си разпределят останалата част от кредитния пазар – 38,2% през 2007 г. и 44,2% през 2013 г. (вж. фиг. 3).

⁷ Вж. по-подробно Вълчев, Ж. и др. Анализ на банковата дейност. Свищов, АИ Ценов, 2013.

⁸ Управление “Банков надзор” групира банките в България според размера на активите им в три групи. Първа група се състои от 5-те най-големи банки на база на общите им активи, втора – от останалите, а в трета група влизат клонове на чуждестранни банки в България (www.bnb.bg)



Фигура 3. Пазарен дял в кредитите на банките от първа и втора група за периода 2007–2013

Тези констатации разбира се правят на ниво банкова система като цяло. Не може да не се отчете факта, че отделните кредитни институции имат специфична насока в своята кредитна дейност и предлагат особен асортимент от кредитни продукти. В известна степен различните банкови продукти са трудно съпоставими. Затова в табл. 5 се прави сравнителен анализ на динамиката на пазарните дялове на съответните банки по отношение на различни кредитни продукти. По-конкретно са представени данни за кредитите, предоставени на предприятия (корпоративни клиенти), жилищните ипотечни кредити на граждани и домакинства и потребителските кредити на граждани и домакинства.

Следователно анализът може да се осъществи в три насоки:

1) *по отношение на банковите кредити, предоставени на предприятия (корпоративни клиенти):*

- банки с нарастващ дял на кредитния пазар – Корпоративна търговска банка, Централна кооперативна банка, Сосиете Женерал Експресбанк, Първа инвестиционна банка, Българска банка за развитие, Търговска Банка Д;

- банки с относително постоянен дял на кредитния пазар – ПроКредит Банк, Алианц Банк, Инвестбанк, Общинска банка, Интернешънъл Асет Банк, ЧПБ Тексим, Токуда Банк;

- банки с колеблив дял на кредитния пазар – УниКредит Булбанк, МКБ Юнионбанк, Първа инвестиционна банка, Емпорики Банк, Банка Пиреос;

- банки с намаляващ дял на кредитния пазар – Банка ДСК, Обединена българска банка, Юробанк И Еф Джи, Българо-американска кредитна банка, СИБАНК, Райфайзенбанк, Българо-американска кредитна банка, Ти Би Ай Банк;

2) *по отношение на жилищните ипотечни кредити на граждани:*

- банки с нарастващ дял на кредитния пазар – Юробанк И Еф Джи, Райфайзенбанк, Сосиете Женерал Експресбанк, МКБ Юнионбанк, СИБАНК, Емпорики Банк, Търговска Банка Д, Българска банка за развитие;

- банки с относително постоянен дял на кредитния пазар – Корпоративна търговска банка, ПроКредит Банк, Общинска банка, Интернешънъл Асет Банк, ЧПБ Тексим, Токуда Банк, Ти Би Ай Банк;

- банки с колеблив дял на кредитния пазар – УниКредит Булбанк, Банка ДСК, Българска банка за развитие;

- банки с намаляващ дял на кредитния пазар – Обединена българска банка, Алианц Банк, Банка Пиреос, Първа инвестиционна банка, Българо-американска кредитна банка, Инвестбанк, Централна кооперативна банка;

3) по отношение на потребителските кредити на граждани:

- банки с нарастващ дял на кредитния пазар – Райфайзенбанк, Сосиете Женерал Експресбанк, МКБ Юнионбанк, СИБАНК;

- банки с относително постоянен дял на кредитния пазар – Корпоративна търговска банка, Емпорики Банк, Българо-американска кредитна банка, ПроКредит Банк, Търговска Банка Д, Общинска банка, Интернешънъл Асет Банк, ЧПБ Тексим, Токуда Банк, Българска банка за развитие;

- банки с колеблив дял на кредитния пазар – УниКредит Булбанк, Банка ДСК, Юробанк И Еф Джи, Алианц Банк, Първа инвестиционна банка, Инвестбанк;

- банки с намаляващ дял на кредитния пазар – Обединена българска банка, Банка Пиреос, Централна кооперативна банка.

Таблица 5. Пазарни дялове в кредитите на банките от първа и втора група за периода 2007–2013

Банки		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
УниКредит Булбанк	ФК	15,2%	16,3%	16,8%	17,0%	16,9%	18,0%	17,8%
	ЖК	15,5%	17,0%	16,5%	17,6%	18,2%	18,1%	18,2%
	ПК	12,3%	10,5%	8,6%	8,4%	8,6%	8,8%	8,7%
Банка ДСК	ФК	7,4%	7,0%	6,2%	6,0%	6,1%	5,8%	5,4%
	ЖК	29,3%	30,3%	28,9%	29,0%	29,1%	28,0%	27,3%
	ПК	35,6%	33,0%	30,7%	31,8%	32,2%	29,5%	28,2%
Обединена българска банка	ФК	11,7%	12,7%	12,5%	10,8%	8,3%	7,6%	7,2%
	ЖК	18,2%	17,2%	15,7%	14,9%	14,1%	13,4%	12,7%
	ПК	18,2%	19,0%	16,6%	15,6%	13,9%	13,1%	12,1%
Юробанк И Еф Джи	ФК	8,8%	8,5%	8,0%	7,5%	7,4%	6,4%	6,0%
	ЖК	5,4%	5,9%	8,9%	9,5%	9,5%	11,3%	11,6%
	ПК	6,2%	8,2%	12,7%	11,6%	10,7%	10,9%	10,7%
Райфайзенбанк	ФК	11,3%	10,9%	10,8%	10,0%	10,3%	9,6%	8,2%
	ЖК	3,7%	4,2%	5,5%	5,2%	5,2%	5,1%	6,2%
	ПК	5,2%	4,8%	8,2%	9,1%	10,4%	10,7%	11,7%
Сосиете Женерал Експресбанк	ФК	3,6%	4,2%	4,7%	5,0%	5,0%	5,2%	5,2%
	ЖК	1,3%	1,4%	1,7%	1,8%	2,1%	2,4%	2,8%
	ПК	6,4%	6,8%	6,8%	6,9%	7,2%	7,6%	7,9%
Алианц Банк	ФК	1,6%	1,7%	1,5%	1,7%	1,7%	1,7%	1,6%
	ЖК	5,1%	5,5%	5,1%	4,8%	4,6%	4,3%	4,2%
	ПК	1,0%	1,2%	1,0%	1,0%	0,8%	1,5%	1,8%
Банка Пиреос	ФК	8,6%	7,7%	7,0%	8,0%	6,7%	6,1%	5,5%
	ЖК	7,1%	6,5%	5,6%	5,0%	4,5%	4,0%	3,6%
	ПК	1,9%	2,2%	1,9%	1,8%	1,7%	1,6%	1,4%
МКБ Юнионбанк	ФК	2,7%	2,9%	3,1%	3,0%	2,9%	2,4%	2,0%
	ЖК	1,2%	1,3%	1,4%	2,0%	2,3%	2,7%	2,8%
	ПК	0,7%	1,2%	1,1%	1,4%	1,6%	1,8%	1,9%
Първа инвестиционна банка	ФК	9,2%	7,5%	7,5%	8,6%	10,2%	10,3%	11,4%
	ЖК	6,8%	4,8%	4,2%	3,9%	3,8%	4,0%	3,9%
	ПК	5,1%	4,3%	3,9%	4,1%	4,7%	5,6%	5,9%
СИБАНК	ФК	3,4%	3,4%	3,0%	2,7%	2,3%	2,2%	2,3%
	ЖК	1,8%	1,3%	2,2%	2,4%	2,4%	2,5%	2,6%
	ПК	2,0%	2,7%	2,7%	2,6%	2,8%	2,9%	3,0%

Банки		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Емпорики Банк (Креди Агрикол)	ФК	0,8%	1,1%	1,2%	1,1%	0,9%	0,7%	0,6%
	ЖК	0,2%	0,4%	0,6%	0,8%	0,9%	1,1%	1,1%
	ПК	0,1%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%
Българо-американска кредитна банка	ФК	2,4%	2,2%	2,1%	1,8%	1,5%	1,6%	1,4%
	ЖК	0,8%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%
	ПК	0,02%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,02%	0,04%
ПроКредит Банк	ФК	2,5%	2,4%	2,4%	2,7%	2,7%	2,6%	2,6%
	ЖК	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%
	ПК	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Търговска Банка Д	ФК	0,3%	0,4%	0,5%	0,5%	0,7%	0,8%	0,7%
	ЖК	0,01%	0,03%	0,03%	0,04%	0,05%	0,05%	0,06%
	ПК	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%
Корпоративна търговска банка	ФК	3,3%	3,8%	4,5%	5,2%	7,7%	10,1%	12,6%
	ЖК	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
	ПК	0,04%	0,04%	0,04%	0,05%	0,06%	0,06%	0,05%
Инвестбанк	ФК	1,4%	1,6%	1,6%	1,5%	1,4%	1,4%	1,3%
	ЖК	0,9%	0,8%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
	ПК	1,2%	1,3%	1,5%	1,3%	1,5%	1,4%	1,1%
Централна кооперативна банка	ФК	1,8%	2,0%	2,6%	2,7%	3,3%	3,7%	3,9%
	ЖК	1,3%	1,3%	1,1%	1,0%	0,9%	0,8%	0,7%
	ПК	2,5%	2,9%	2,6%	2,4%	2,1%	1,8%	1,8%
Общинска банка	ФК	1,0%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%
	ЖК	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
	ПК	0,5%	0,6%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%
Интернешънъл Асет Банк	ФК	1,3%	1,0%	1,0%	0,9%	0,8%	1,0%	1,1%
	ЖК	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
	ПК	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
ЧПБ Тексим	ФК	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,04%	0,05%
	ЖК	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,00%	0,01%	0,01%
	ПК	0,02%	0,03%	0,02%	0,02%	0,01%	0,03%	0,10%
Токуда Банк	ФК	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
	ЖК	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
	ПК	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
Ти Би Ай Банк (НЛБ Банка Запад-Изток)	ФК	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%	0,2%	0,2%	0,3%
	ЖК	0,01%	0,02%	0,02%	0,02%	0,01%	0,01%	0,02%
	ПК	0,02%	0,02%	0,02%	0,01%	0,07%	0,90%	1,74%
Българска банка за развитие	ФК	0,6%	0,7%	1,0%	1,2%	1,5%	1,5%	1,5%
	ЖК	0,002%	0,001%	0,004%	0,009%	0,014%	0,022%	0,019%
	ПК	0,004%	0,016%	0,008%	0,008%	0,008%	0,008%	0,011%

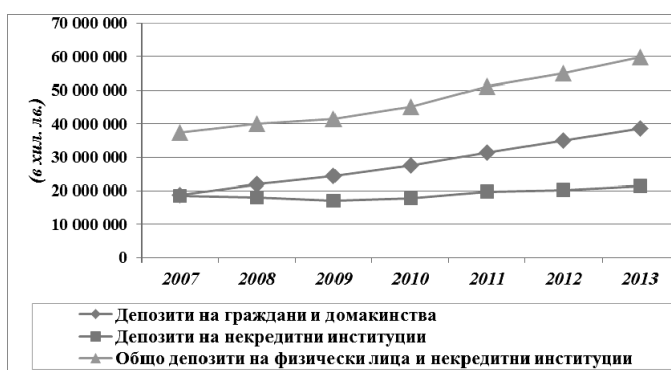
Източник: данните са по изчисления на автора на базата на официално публикуваната информация на БНБ (www.bnb.bg)

Заб.: 1) на редовете, обозначени със символа „ФК”, са представени пазарните дялове на съответните банки по отношение на фирмените кредити, на тези, обозначени със символа „ЖК” – пазарните дялове по отношение на жилищните кредити на граждани и домакинства, а на тези, обозначени със съкращението „ПК” – пазарните дялове на банките по отношение на потребителските кредити на физически лица; 2) умишлено са игнорирани кредитите между самите кредитни институции; 3) за по-голяма съпоставимост са отчетени само кредитите на банките от първа и втора група, като са изключени тези от трета група (клоновете на чужди банки у нас)

Данните показват, че има банки, които през последните години отчитат постоянен или нарастващ дял едновременно в трита сегмента на кредитния пазар (нап-

пример Сосиете Женерал Експресбанк, Корпоративна търговска банка, ПроКредит Банк, Общинска банка, Българска банка за развитие, Търговска Банка Д). В същото време има и такива, които през анализирания период бележат колеблив или намаляващ пазарен дял, както при кредитирането на фирмени клиенти, така и при кредитирането на физически лица (Обединена българска банка, УниКредит Булбанк, Банка ДСК, Банка Пиреос, Първа инвестиционна банка). Този извод до известна степен кореспондира с данните от фиг. 3, от която се вижда постоянно нарастващия пазарен дял при кредитирането на банките от втора група (по-малките банки), за сметка на намаляването му при тези от първа група.

Нека да разгледаме по-детайлно пазара на банков депозити у нас и пазарното положение на основните участници в него. За анализирания период 2007–2013 г. депозитите от граждани и домакинства и институции различни от кредитните (предприятия, финансови посредници, застрахователни компании, пенсионни фондове) са нараснали с около 56%, което е няколкократно по-голямо от това на кредитите. Основен принос в този прираст имат депозитите на физически лица. Техният прираст е стабилен през целия анализиран период и се явява като главен стабилизиращ фактор на депозитната база на банките. Със своето нарастване те компенсират колебливите тенденции на депозитите от предприятия (корпоративни клиенти). Причините за чувствителното нарастване депозитите на физическите лица у нас и то в условията на икономическа криза могат да се търсят в различни насоки: намалена склонност към потребление и инвестиции и нараснала склонност към спестяване поради съществуващата несигурност и неблагоприятни очаквания, приток на пари от чужбина, трансформиране на фирмени депозити в депозити на граждани и домакинства заради закриването на значителен брой малки фирми, високите лихвени проценти по банковите депозити и т. н.



Източник: www.bnb.bg

Фигура 4. Динамика на депозитите от граждани и домакинства и от некредитни институции у нас за периода 2007–2013 г.

Различните банки имат специфична насока в своята влогонабирателна дейност и предлагат на клиентите си особен асортимент от депозитни продукти. Затова в табл. 6 за улеснение на анализа са представени данни за депозитите на физически лица и депозитите на некредитни институции (предприятия).

Таблица 6. Пазарен дял в депозитите на банките от първа и втора група за периода 2007–2013

Банки		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
УниКредит Булбанк	*	14,8%	13,4%	13,1%	12,0%	11,5%	11,4%	11,1%
	**	19,2%	17,1%	18,8%	18,4%	18,7%	21,0%	20,7%
Банка ДСК	*	20,0%	19,7%	19,5%	17,9%	16,7%	15,5%	14,7%
	**	7,0%	5,9%	6,5%	6,2%	6,0%	6,0%	6,3%
Обединена българска банка	*	10,5%	10,8%	10,4%	10,3%	9,8%	9,7%	9,3%
	**	7,8%	9,1%	10,0%	9,0%	6,3%	6,8%	7,7%
Юробанк И Еф Джи	*	11,3%	11,5%	11,0%	10,7%	10,1%	9,7%	9,3%
	**	6,5%	7,2%	9,7%	9,6%	7,8%	5,1%	4,3%
Райфайзенбанк	*	6,6%	8,4%	8,2%	7,2%	6,9%	6,5%	5,7%
	**	12,9%	14,4%	13,5%	12,1%	11,0%	10,5%	9,2%
Сосиете Женерал Експресбанк	*	3,9%	3,6%	3,5%	3,7%	3,7%	4,0%	4,1%
	**	2,2%	2,5%	3,3%	3,8%	4,5%	4,4%	4,9%
Алианц Банк	*	2,9%	3,0%	2,7%	2,5%	2,4%	2,4%	2,3%
	**	3,7%	3,9%	4,0%	3,4%	3,3%	3,2%	3,4%
Банка Пиреос	*	2,8%	2,6%	3,0%	2,9%	2,6%	2,7%	2,8%
	**	3,5%	3,7%	3,3%	3,0%	2,4%	2,6%	3,4%
МКБ Юнионбанк	*	1,2%	1,4%	1,3%	1,4%	1,3%	1,2%	1,2%
	**	2,6%	3,1%	3,3%	3,7%	3,1%	2,8%	2,2%
Първа инвестиционна банка	*	7,7%	8,0%	11,0%	12,9%	13,9%	14,0%	12,9%
	**	9,8%	7,9%	3,5%	3,7%	4,7%	5,6%	6,6%
СИБАНК	*	5,3%	4,1%	3,7%	2,6%	2,4%	2,2%	1,7%
	**	3,2%	3,0%	3,6%	3,0%	2,9%	2,4%	2,0%
Емпорик Банк (Креди Агрикол)	*	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%
	**	0,3%	0,5%	0,6%	0,7%	0,8%	0,9%	0,7%
Българо-американска кредитна банка	*	0,2%	0,1%	0,3%	0,8%	1,1%	1,2%	1,0%
	**	0,9%	1,2%	0,8%	0,6%	0,7%	1,0%	1,0%
ПроКредит Банк	*	2,3%	2,3%	2,0%	1,9%	1,7%	1,7%	1,5%
	**	0,9%	0,9%	1,0%	1,3%	1,6%	1,6%	1,4%
Търговска Банка Д	*	0,1%	0,2%	0,1%	0,4%	0,5%	0,7%	0,6%
	**	0,9%	1,1%	1,2%	1,5%	1,8%	1,8%	1,7%
Корпоративна търговска банка	*	2,4%	2,7%	2,6%	3,3%	4,7%	7,5%	10,4%
	**	6,1%	7,1%	6,1%	7,7%	9,6%	10,0%	7,6%
Инвестбанк	*	1,6%	1,7%	1,6%	2,1%	2,1%	2,0%	2,2%
	**	3,2%	3,0%	2,2%	2,2%	1,9%	2,0%	2,5%
Централна кооперативна банка	*	3,7%	3,6%	3,6%	4,2%	5,4%	5,3%	5,6%
	**	3,5%	3,3%	3,8%	4,3%	4,5%	5,0%	5,3%
Общинска банка	*	1,1%	1,2%	1,1%	1,2%	1,2%	0,1%	1,1%
	**	3,3%	2,8%	2,2%	2,3%	2,5%	2,5%	2,9%
Интернешънъл Асет Банк	*	0,6%	0,6%	0,6%	0,8%	0,8%	1,0%	1,0%
	**	1,3%	1,4%	1,3%	1,5%	1,6%	1,8%	2,0%
ЧПБ Тексим	*	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%
	**	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Токуда Банк	*	0,7%	0,8%	0,7%	0,8%	0,7%	0,6%	0,6%
	**	0,6%	0,6%	0,5%	0,7%	0,7%	0,8%	0,6%
Ти Би Ай Банк (НЛБ Банка Запад-Изток)	*	0,02%	0,03%	0,02%	0,01%	0,01%	0,1%	0,4%
	**	0,3%	0,1%	0,4%	0,2%	0,1%	0,3%	0,8%
Българска банка за развитие	*	0,002%	0,004%	0,004%	0,003%	0,002%	0,003%	0,01%
	**	0,3%	0,2%	0,4%	1,0%	3,2%	2,2%	2,9%

Източник: данните са по изчисления на автора на базата на официално публикуваната информация на БНБ (www.bnb.bg)

Заб.: 1) на редовете, обозначени със символа „*“, са представени пазарните дялове на съответните банки по отношение на депозитите на физически лица, а на тези, обозначени със символа „**“ – пазарните дялове по отношение на депозитите на некредитни институции (предприятия); 2) поради специфичния си характер, умишлено са игнорирани депозитите

между самите кредитни институции (междубанковите депозити); 3) за по-голяма съпоставимост са отчетени само депозитите на банките от първа и втора група, като са изключени тези от трета група (клоновете на чужди банки у нас)

От данните могат да се направят следните изводи за пазарното положение на основните участници на пазара на депозитни продукти:

1) *по отношение на банковите депозити на граждани:*

- банки с нарастващ дял на депозитния пазар у нас – Корпоративна търговска банка, Централна кооперативна банка, Интернешънъл Асет Банк;

- банки с относително постоянен дял на депозитния пазар – МКБ Юнионбанк, Емпорики Банк, Общинска банка, ЧПБ Тексим;

- банки с колеблив дял на депозитния пазар – Сосиете Женерал Експресбанк, Банка Пиреос, Първа инвестиционна банка, Българо-американска кредитна банка, Търговска Банка Д, Инвестбанк, Ти Би Ай Банк, Българска банка за развитие, Търговска Банка Д;

- банки с намаляващ дял на депозитния пазар – УниКредит Булбанк, Банка ДСК, Обединена българска банка, Юробанк И Еф Джи, Райфайзенбанк, Алианц Банк, СИБАНК, ПроКредит Банк;

2) *по отношение на депозитите на некредитни институции (предприятия):*

- банки с нарастващ дял на депозитния пазар – Сосиете Женерал Експресбанк, Централна кооперативна банка, Интернешънъл Асет Банк;

- банки с относително постоянен дял на депозитния пазар – Емпорики Банк, ЧПБ Тексим;

- банки с колеблив дял на депозитния пазар – УниКредит Булбанк, Банка ДСК, Обединена българска банка, Юробанк И Еф Джи, Алианц Банк, Банка Пиреос, МКБ Юнионбанк, Българо-американска кредитна банка, ПроКредит Банк, Корпоративна търговска банка, Инвестбанк, Общинска банка, Токуда Банк, Ти Би Ай Банк, Българска банка за развитие;

- банки с намаляващ дял на депозитния пазар – Райфайзенбанк.

Данните показват също така, че увеличаването на депозитите в банковия сектор през последните години в немалка степен се определя от активността на местните банки с българско акционерно участие. Прави впечатление, че те съществено разширяват своите пазарни позиции. Например за периода 2007–2013 г. депозитите на граждани и предприятия в Корпоративна търговска банка АД нарастват с 254% (от 1 587 292 хил. лв. на 5 623 071 хил. лв.), в Централна кооперативна банка АД с 147% (от 1 327 458 хил. лв. на 3 285 242 хил. лв.), в Първа инвестиционна банка с 96% (от 3 257 770 хил. лв. на 6 397 543 хил. лв.). Очевидно поради отсъствието на банки-майки, от които да получават финансиране, те се отнасят към местния пазар на депозити като първостепенен източник на ресурси.

* * *

За да бъдат конкурентоспособни банковите пазари трябва постоянно да развиват и усъвършенстват своите продукти и услуги, технологии, организационни и управленски структури. Само така те биха могли гъвкаво да реагират на непрекъснато изменящите се пазарни условия и едновременно с това да осигурят качествена дейност и ефективност, разширяване на клиентската база и географския обхват на бизнеса.

СТРУКТУРА И ОСОБЕНОСТИ НА СЪВРЕМЕННИЯ БАНКОВ ПАЗАР

Резюме

В статията структурата на банковият пазар се представя в два аспекта: от гледна точка на услугите и продуктите (продуктов пазар) и от гледна точка на клиентите (клиентски пазар). Разглеждат се историческото развитие и особеностите на продуктово-ориентираната и клиентско-ориентирана дейност. По-нататък вниманието се фокусира върху структурирането на банковия пазар отделно като продуктов пазар и отделно като клиентски пазар в зависимост от различни критерии (признаци). На тази основа се очертават тенденциите и факторите, определящи състоянието и динамиката на кредитния пазар и пазара на депозитни продукти в България, както и пазарното положение основните участници на тези пазари.

JEL: G21

Ключови думи: проекти: банков пазар, банков продукти, банкови клиенти, кредитен пазар, пазар на депозити

STRUCTURE AND FEATURES OF MODERN BANKING MARKET

Abstract

In this article the structure of the banking market is presented in two ways: in terms of services and products (product market) and in terms of customer (customer market). There are considered historical development and characteristics of the product-oriented and customer-oriented business. Further attention is focused on the structure of the banking market as a separate product market and separately as client market according to different criteria (signs). On this basis, the trends and determinants of state and dynamics of the credit market and the deposit products in Bulgaria, and the market position of the main players in these markets.

JEL: G21

Key words: banking market, banking products, banking customers, credit market, deposit market