
**ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ
КРЕДИТНОГО ТЕСТИРОВАНИЯ
ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ БАНКОВСКИХ
ПРОДУКТОВ**

Кредитный Цикл



Цели

- Понять ключевые аспекты планирования продукта
- Определить компоненты и функциональность **Тестовой программы**
- Определить осуществимость программы по следующим параметрам:

Доход \longrightarrow Прибыль
Чистые кредитные потери \longrightarrow Риск

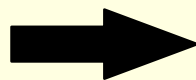


Ключевые Аспекты Планирования Продукта

- Анализ Окружающей Среды
- Оценка Бизнеса
- Целевой Рынок
- Продукт
- Доходность
- Одобрение продукта

Ключевые Аспекты Планирования Продукта

АНАЛИЗ
СРЕДЫ



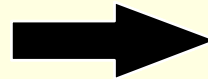
ВОЗМОЖНОСТИ
И РИСКИ

- СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ
- КОНКУРЕНТЫ
- ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО



Ключевые Аспекты Планирования Продукта

**БИЗНЕС
АНАЛИЗ**



**СИЛЬНЫЕ И
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ**

СЕГОДНЯ

- ПРОДУКТЫ
- ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ
- ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ
- ИНФРАСТРУКТУРА / ПОМЕЩЕНИЕ
- ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ

В БУДУЩЕМ

Целевой Рынок

- Определение
- Характеристики
- Размер
- Спрос

Продукт

ТИП

- Срочный/револьверный
- Прямой/непрямой
- С обеспечением/без обеспечения
- С регрессом/без регресса

УСЛОВИЯ

- База ценообразования
- Процентная ставка
- Комиссии
- Сроки
- Минимальные/максимальные суммы
- Штрафы за задержку
- Поручения, процедуры оценки
- Подходящие дистрибуторы

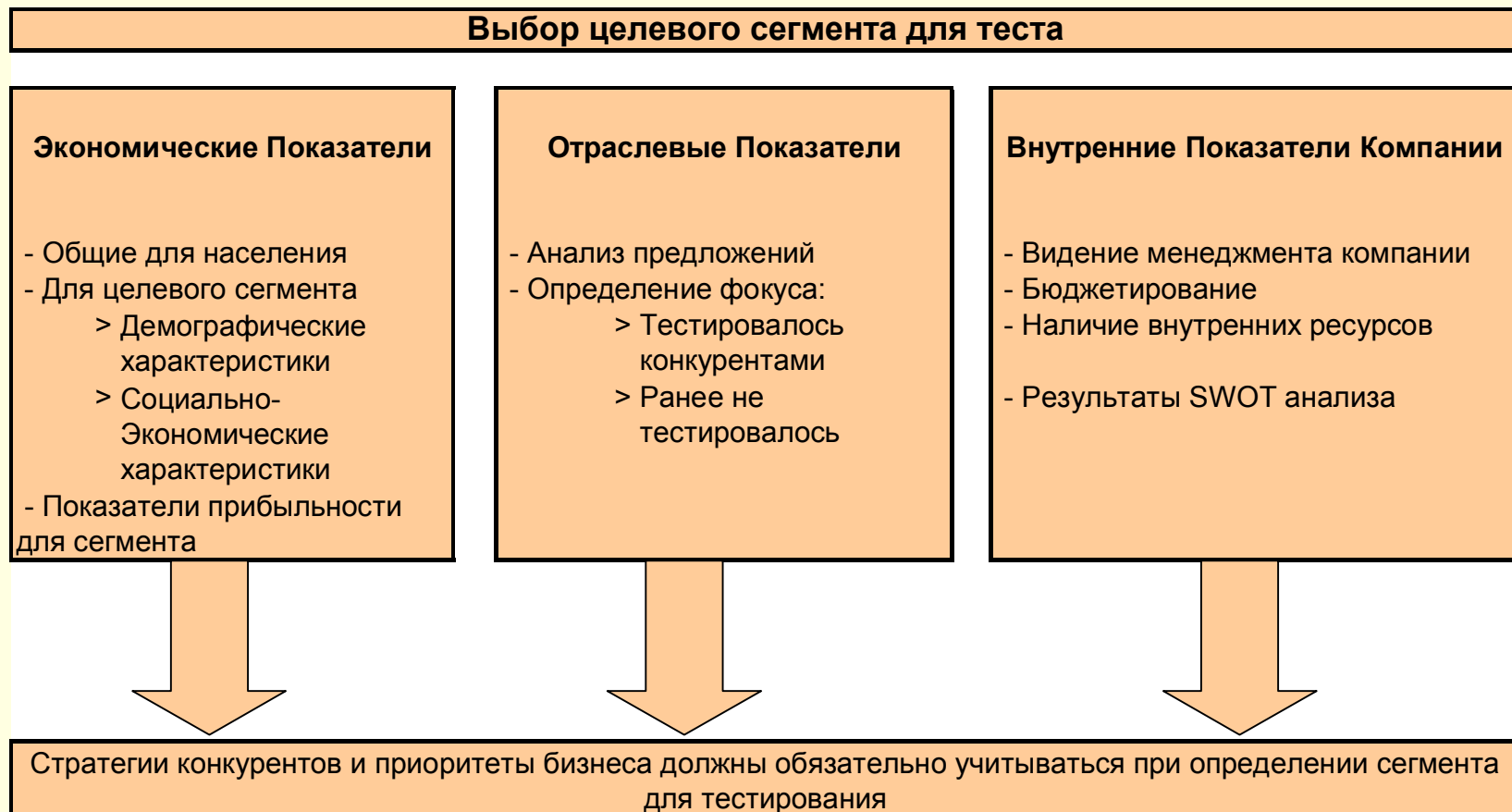
Что можно тестировать?

- Новый продукт
- Новый демографический сегмент (изменение целевой аудитории)
- Новые каналы продаж
- Изменение кредитных критериев:
 - критериев предварительной оценки платежеспособности
 - верификационных критериев
 - методологии определения размера кредитной линии (например, изменение порогового показателя платеж/доход)

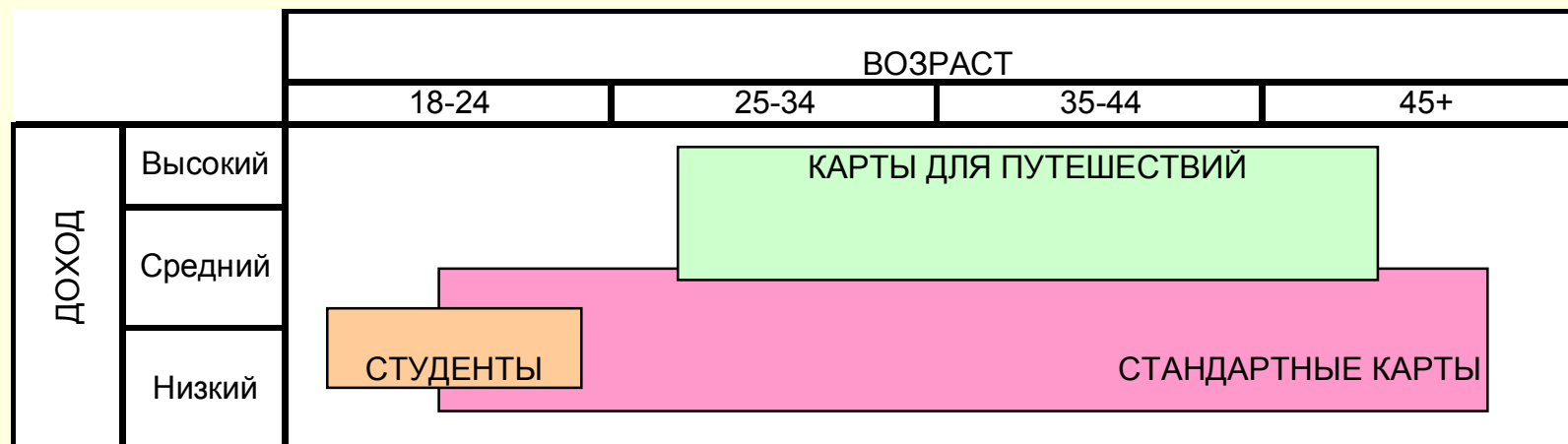
Важность Тестирования

- Для Бизнеса в целом: тестирование – возможность расширения присутствия на рынке, и способ занять лидирующее положение среди конкурентов в долгосрочной перспективе
- С точки зрения финансовых показателей: увеличение прибыли и объема активов
- С точки зрения Кредитного Департамента: как результат теста отделить «хороших» клиентов от «плохих»

Выбор сегмента для тестирования



Важность Правильного Позиционирования (пример – кредитные карты)



Важность Правильного Позиционирования

- Лучшее использование кредитного продукта
- Меньшая вероятность досрочного погашения задолженности и закрытия счета клиентом
- Возможность таргетирования существующих клиентов другими кредитными продуктами через каналы перекрестных продаж

Выбор канала продаж

ОТДЕЛЕНИЯ

ТЕЛЕФОННЫЕ
ПРОДАЖИ

АГЕНТЫ
ПРЯМЫХ
ПРОДАЖ

ПОЧТОВЫЕ
РАССЫЛКИ ПО
БАЗАМ
ПЕРЕКРЕСТНЫХ
ПРОДАЖ

ИНТЕРНЕТ

Выбор канала продаж

- Прямые продажи
- Непрямые продажи
 - Перекрестные продажи существующим клиентам
 - На основе баз данных компаний партнеров
 - Через каналы продаж партнерских организаций

Вопросы для риск-менеджера при запуске тестовой программы

- Кто наш заемщик
- Какие характеристики должны быть у продукта
- Каким образом мы проводим андеррайтинг заемщика
- Что делают конкуренты для тех же категорий заемщика

Инструменты оценки кредитоспособности заемщика

- Анализ демографических данных и данных о занятости, указанных в заявлении
 - Использование данных кредитных бюро
 - Скоринг
 - Верификации
 - Оценка долгового бремени (соотношение платежей/доход)
- Возможно тестирование отмены использования каких-либо инструментов или замены их другими инструментами

Ограничения в использовании показателя платеж/доход

- Не всегда данные, которые мы можем получить об уже имеющихся кредитных обязательствах клиента, точны и достоверны
- Структура расходов заемщика варьируется в зависимости от региона проживания
- Этот показатель используется для отсекаания определенной группы заемщиков, но не для привлечения новых

Плюсы и минусы верификаций

- ПЛЮСЫ:

- Минимизация кредитного риска и предотвращение мошенничества

- МИНУСЫ:

- Затраты на найм и обучение персонала, равно как на проверку эффективности работы

Скоринг

- Сокращение расходов на андеррайтинг
- Повышение общей эффективности в принятии решений
- Повышение уровня предсказуемости кредитных решений
- Формализация процедур андеррайтинга

Назначение кредитной линии

- Хорошие линии – хорошим клиентам
- Конкурентоспособность в отношении сумм кредита
- Оптимизация соотношения «Риск – Прибыль»

Как читать результаты теста?

- Объем выданных кредитов, дебиторская задолженность, размер списаний
- Отношение новых кредитных списаний к предыдущим периодам
- Распределение по
 - Продукту
 - Коэффициенту использования кредитного лимита
 - Коэффициенту Исползования лимита для снятия наличных
 - Платежам (мин платежи, полное погашение)
 - Уровням просрочки

Анализ Статистики – Возможные Показатели

- Показатели соотношения активов в просрочке (свыше 30, 60, 90 ...дней) к общему объему активов
- Показатели «на момент времени» / «когда – либо» («ever»)
- Показатели на 3-й, 6-й..месяц жизненного цикла

Анализ Статистики - примеры

% одобренных кредитных карт к общему объему собранных заявлений

Каналы продаж	Jan-07	Feb-07	Mar-07	Apr-07	May-07	Jun-07	Jul-07	Aug-07	Sep-07	Oct-07	Nov-07	Dec-07
Канал 1	76.15%	67.80%	70.43%	78.72%	69.78%	70.98%	64.84%	68.76%	78.06%	80.84%	79.95%	75.95%
Канал 2	73.62%	70.06%	68.30%	75.08%	66.13%	68.88%	59.27%	63.08%	74.92%	80.59%	83.75%	79.92%
Канал 3	55.06%	54.80%	52.43%	65.22%	55.36%	59.32%	44.80%	52.69%	55.58%	56.44%	59.62%	58.01%
Канал 4	72.88%	70.20%	71.08%	76.18%	71.81%	71.79%	64.76%	68.53%	74.01%	79.33%	73.85%	69.43%
Канал 5	75.57%	71.32%	69.44%	75.61%	71.08%	70.85%	61.56%	67.37%	75.96%	79.10%	76.26%	76.71%
Канал 6	10.00%	9.65%	4.29%	6.56%	12.20%	19.87%	17.90%	25.14%	25.08%	25.81%	33.72%	30.44%
Канал 7	77.41%	76.98%	65.98%	79.17%	74.14%	74.45%	68.06%	73.52%	85.82%	87.50%	89.68%	85.92%
Канал 8	56.90%	50.89%	55.57%	64.37%	65.25%	59.30%	58.50%	44.85%	60.62%	63.71%	59.34%	58.57%

Анализ Статистики - Примеры

Данные	Месяц	Jan-06	Feb-06	Mar-06	Apr-06	May-06	Jun-06	Jul-06	Aug-06	Sep-06	Oct-06	Nov-06	Dec-06
Активы в просрочке свыше 30 дней / Общий объем активов	0	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	2	0.00%	0.43%	0.89%	0.45%	0.31%	0.06%	0.02%	0.24%	0.12%	0.32%	0.56%	0.55%
	3	1.84%	1.91%	4.04%	3.12%	2.69%	1.70%	2.94%	3.85%	3.24%	4.73%	4.80%	4.25%
	4	3.10%	3.89%	4.24%	4.77%	4.51%	4.06%	5.28%	6.10%	5.34%	7.59%	6.27%	7.27%
	5	4.18%	4.64%	5.54%	6.25%	6.06%	4.95%	6.76%	7.79%	8.43%	9.70%	8.49%	9.16%
	6	5.62%	5.69%	6.74%	6.96%	7.40%	5.56%	7.70%	10.13%	9.64%	11.24%	9.48%	11.10%
	7	6.60%	6.64%	7.16%	7.78%	8.53%	6.81%	9.49%	10.64%	11.22%	11.47%	11.01%	11.02%
	8	6.92%	7.36%	7.94%	8.20%	7.95%	7.02%	8.76%	9.74%	11.15%	9.93%	9.80%	9.91%
	9	6.93%	7.32%	7.71%	7.22%	7.74%	6.99%	8.10%	8.63%	10.43%	8.86%	8.29%	9.33%
	10	8.03%	7.30%	8.17%	7.93%	7.41%	6.52%	7.15%	8.42%	8.64%	7.39%	7.41%	8.05%
	11	7.28%	7.08%	8.32%	7.39%	7.21%	6.40%	7.43%	7.49%	7.54%	7.14%	7.09%	7.37%
	12	6.91%	7.78%	7.95%	6.75%	6.67%	6.40%	6.82%	6.90%	7.12%	6.50%	6.17%	7.02%
	13	7.27%	7.61%	8.18%	6.33%	6.89%	5.54%	6.06%	6.49%	6.29%	5.90%	5.23%	6.63%
	14	7.62%	8.14%	8.06%	6.61%	6.40%	4.77%	6.03%	6.25%	5.75%	5.90%	5.54%	6.71%
	15	6.34%	8.57%	7.88%	5.63%	7.04%	5.37%	5.83%	7.40%	6.27%	6.35%	6.37%	
	16	5.94%	8.06%	6.21%	5.02%	6.24%	4.61%	5.46%	7.96%	5.97%	5.93%		
	17	6.36%	6.25%	5.16%	4.77%	5.48%	4.50%	4.10%	7.26%	5.48%			
	18	5.59%	5.07%	4.95%	4.10%	5.37%	4.13%	4.38%	5.66%				
	19	5.21%	5.45%	4.82%	4.08%	4.98%	4.18%	4.55%					
	20	5.60%	5.50%	4.85%	4.05%	4.34%	3.90%						
	21	5.51%	4.86%	4.35%	4.28%	4.70%							
	22	5.20%	4.31%	4.53%	4.27%								
	23	5.01%	4.73%	4.00%									
	24	5.88%	5.40%										
	25	5.28%											
26													
Объем выданных кредитов		4813	4964	5501	5557	7217	6161	7341	8691	8820	11183	10484	10580

Анализ Статистики - Примеры

Данные	Скор-группы	Jan-06	Feb-06	Mar-06	Apr-06	May-06	Jun-06	Jul-06	Aug-06	Sep-06	Oct-06	Nov-06	Dec-06
Активы в просрочке свыше 30 дней / Общий объем активов 6-й месяц жизненного цикла	530-539	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	59.47%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	540-549	0.87%	9.44%	3.40%	15.84%	21.69%	30.14%	13.14%	16.28%	14.01%	37.23%	25.37%	15.92%
	550-559	8.65%	7.46%	11.74%	16.26%	13.58%	7.43%	11.91%	9.17%	14.31%	15.66%	12.23%	13.18%
	560-569	8.16%	8.20%	8.73%	9.62%	8.03%	6.39%	10.92%	14.64%	12.11%	13.14%	11.48%	7.68%
	570-579	5.17%	6.29%	7.79%	6.91%	7.13%	6.16%	10.55%	11.93%	8.61%	13.58%	11.49%	12.06%
	580-589	5.48%	5.88%	6.78%	6.43%	4.60%	4.27%	5.50%	8.51%	7.10%	7.91%	7.97%	10.25%
	590-599	3.44%	3.70%	3.91%	2.92%	6.64%	3.97%	4.58%	6.02%	7.63%	8.46%	5.10%	6.22%
	600-609	2.57%	2.33%	3.40%	2.93%	3.21%	2.01%	4.06%	5.01%	3.91%	4.94%	4.31%	6.23%
	610-619	1.20%	1.36%	2.22%	3.17%	2.46%	1.46%	1.37%	3.25%	3.62%	1.52%	3.40%	4.73%
	620-629	1.43%	2.01%	0.89%	1.39%	1.64%	1.39%	1.09%	1.25%	3.31%	2.13%	2.33%	2.55%
	630-639	1.74%	1.07%	1.40%	0.17%	0.87%	0.17%	1.05%	2.07%	0.55%	4.69%	1.09%	0.16%
	640-649	0.19%	0.25%	0.11%	0.24%	0.55%	0.04%	1.68%	1.24%	3.73%	2.55%	2.72%	1.47%
	650-659	0.00%	0.00%	0.18%	5.54%	0.00%	0.00%	0.33%	1.96%	0.00%	0.00%	5.92%	0.00%
	660-669	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.19%	0.00%	0.00%	1.96%	0.00%
Количество Кредитов	530-539			1			1	2	2	2		1	
	540-549	19	16	17	34	19	31	43	42	32	31	18	17
	550-559	111	102	110	167	193	153	186	142	161	235	149	71
	560-569	339	286	408	471	540	422	445	459	512	672	439	237
	570-579	704	617	712	775	1017	887	933	1029	1098	1407	1327	1298
	580-589	1121	1044	1225	1240	1633	1428	1574	1801	1656	2224	2163	2560
	590-599	1375	1417	1602	1499	1891	1723	1997	2396	2455	2982	2912	3336
	600-609	1372	1510	1644	1553	1978	1756	2193	2520	2603	3305	3080	3131
	610-619	1019	1168	1267	1196	1717	1336	1716	2104	2166	2778	2667	2503
	620-629	642	736	717	788	990	879	1141	1424	1451	1868	1686	1612
	630-639	348	381	352	404	573	432	540	773	749	879	916	765
	640-649	121	128	138	159	205	146	185	272	258	306	267	270
	650-659	41	33	49	43	60	37	49	59	73	74	82	63
	660-669	6	7	9	6	10	9	7	13	13	14	19	6

Анализ Статистики – Примеры (отстающие индикаторы)

Июль	Синхронные			Отстающие	
	ДЗ	%		ДЗ	%
Текущая	1,361.3	89.5%		июль	
1-29 дн	102.2	6.7%		июнь	
30-59 дн	21.4	1.4%	→	май	1,378.0 1.6%
60-89 дн	12.0	0.8%	→	апрель	1,354.5 0.9%
90-119 дн	9.6	0.6%	→	март	1,263.9 0.8%
120-149 дн	8.2	0.5%	→	февраль	1,263.8 0.7%
150-179 дн	6.5	0.4%	→	январь	1,270.9 0.5%
Всего	1,521.3	100.0%			
30+ дн	57.8	3.80%	←→		4.37%

Уроки

- Наблюдение тренда
- Своевременные изменения процессов и политик в зависимости от тренда
- Контроль над каналами продаж
- Использование статистических методов анализа

Уроки

- Определение целевого рынка
- Модификация предложения
 - Продукт
 - Кредитный лимит
 - Ценовые характеристики
- Изменение критериев андеррайтинга
- Менеджмент кредитных лимитов

Необходимость баланса

- Количество новых выданных кредитов – кредитное поведение заемщиков
- Количество новых выданных кредитов – соответствующие затраты на поддержание бизнеса



СПАСИБО!