

## Тенденции на рынке банковских облигационных займов

### Динамика рынка

Банки всегда выступали активными игроками на рынке публичных корпоративных займов – в роли организаторов и андеррайтеров займов, инвесторов. В качестве же эмитентов облигаций – только в последние годы.

Это демонстрирует следующая таблица, которая показывает тенденцию увеличения от года к году количества банковских размещений не только в абсолютных, но и относительных показателях. Первый резкий (двукратный) всплеск доли банковских облигаций в общем объеме размещений произошел в 2004 году, а второй – в 2006-м, когда доля банковских займов возросла почти в 1,5 раза. Итог: в 2006 и 1 полугодии 2007 года доля банковских размещений составила соответственно 15,26% и 17,05% от общего числа размещений корпоративных облигаций в России.

Таблица. Динамика размещений рублевых корпоративных облигаций в 2000 – 2007 гг.

Год	Число размещений облигационных займов	Из них – банковских займов	Доля банковских займов, %
2000	87	5	5,75
2001	113	8	7,08
2002	150	13	8,67
2003	170	9	5,29
2004	133	15	11,28
2005	211	23	10,90
2006	306	47	15,36
1 полуг. 2007	176	30	17,05

Источник: Cbonds

Чем же обусловлен рост востребованности такого инструмента как облигации со стороны банковского сектора? Причины две.

*Во-первых*, это общая для всех эмитентов, выходящих на рынок облигационных займов, цель – формирование публичной кредитной истории. Особенно это важно для средних банков, для которых выпуск займа – это возможность сильнее заявить о себе (с целью развития корреспондентских отношений, поиска стратегического партнера, в частности, со стороны международных организаций).

*Во-вторых*, это взаимно дополняющие друг друга тенденции, прослеживаемые в банковском секторе и в развитии самого рынка корпоративных облигаций, в совокупности сделавшие облигации привлекательным инструментом пополнения ресурсной базы.

Такой тенденцией в банковском секторе является интенсивное расширение операций по кредитованию, в том числе кредитованию населения (ипотека, автокредитование, потребительские кредиты). По данным Банка России, доля совокупного кредитного портфеля банковского сектора (по кредитам небанковским организациям) в его активах из года в год увеличивается. Например, если в 2001 году этот показатель был равен 11,6%, то к началу 2007 года – уже 30%. В силу роста экономики, стабилизации процентных ставок на невысоком уровне кредиты выдаются на все более длительные сроки. При этом ресурсная база банковского сектора преимущественно формируется из текущих, расчетных счетов организаций и вкладов физических лиц (в основном, до года) (около 44% пассивов банковского сектора на начало 2007 года).

Тенденцией же на рынке корпоративных облигаций можно считать снижение процентных ставок и увеличение сроков займов. Например, если в начале 2000х гг. обычной практикой были выпуски на 1,5 – 2 года, то на сегодня сроки займов, как правило, находятся в диапазоне 3 – 6 лет.

Таким образом, на сегодняшний день для банков корпоративные облигации – хороший инструмент «удлинения» и пополнения своих пассивов, возможность формирования необходимых средств для расширения и диверсификации деятельности.

### **Особенности конструирования банковских облигаций**

В силу специфики банковской деятельности, основанной на получении доходов в результате разницы процентных ставок по активным и пассивным операциям, банки – эмитенты часто задействуют различные конструкции, позволяющие им снизить процентные платежи по облигациям.

Это, например, увеличение частоты выплаты купонов (раз в квартал вместо полугодия) (из последних размещений облигаций это использовано в выпусках АвтоВАЗбанка, Банка «Солидарность», Банка «ДельтаКредит», СКБ-банка).

Кроме того, стремясь снизить процентные риски, банки идут на частый пересмотр ставки от купона к купону (Банк «Спурт», который установил по своим облигациям серии 02 пересмотр купона раз в год), либо вовсе на установление плавающей процентной ставки (облигации банка «ДельтаКредит», ставка по которым привязана к MosPrime).

Банки также устанавливают более одной оферты по выпуску (выпуск Донского народного банка, Банка «Спурт») и определяют более ранний срок первой оферты (1 год от начала размещения и ранее) (выпуск АвтоВАЗбанка, Банка «Зенит», Банка «Солидарность»).

Разумеется, на шаги по повышению привлекательности облигаций идут, прежде всего, средние банки и те, которые впервые выходят на публичный рынок. Здесь необходимо обратить внимание на тенденцию выхода на рынок региональных банков. Они, в частности, опасаясь конкуренции со стороны крупных московских банков, активно расширяющих свои филиальные сети в регионах, стремятся увеличить свои активы и диверсифицировать деятельность. Полученные от размещения средства направляются, как правило, на развитие новых продуктов (преимущественно – новые формы кредитования).

Примеры выхода на рынок региональных банков в 2007 году: АвтоВАЗбанк (г. Тольятти), Восточный Экспресс Банк (г. Хабаровск), СКБ-Банк (г. Екатеринбург).

Другой характерный пример – готовящийся выпуск облигаций Донского народного банка на сумму 700 000 000 рублей на срок 3 года. Донской народный банк, основанный в 1992 году, имеет на сегодняшний момент развитую филиальную сеть в Ростовской области. Преимуществом данного банка также является обширный набор предоставляемых услуг и ориентированность на «розничных» клиентов, что позволяет банку иметь стабильную ресурсную базу. Банк развивает идею «кантри-банка», направленную на создание представительств банка в сельской местности с целью более широкого привлечения клиентов из числа предприятий АПК, фермерских хозяйств, населения.

Поскольку выпуск облигаций для банка является дебютным, условиями выпуска предусмотрено:

– две оферты: первая через 6 месяцев, вторая – через 1 год с момента начала размещения;

– в первые 1,5 года обращения выплата купонов осуществляется раз в квартал, в следующие 1,5 года – раз в полгода.

Условия развития практики размещения банками облигаций в настоящее время очень благоприятны. По мере общего роста рынка корпоративных облигаций (что мы сейчас видим) интерес к нему со стороны банков будет только усиливаться, поскольку это позволяет привлекать все больше средств под более привлекательные ставки.