

# БАНКОВСКИЙ СЕКТОР

---

## КЫРГЫЗСТАНДА БАНКТЫК ЭМЕС ФИНАНСЫ ТАРМАГЫ

Х. Доган, Акдениз университети <harunpat@hotmail.com>  
Ж. Пиримбаев, <jpirimbaev@gmail.com>  
Р. Абдиева, Ж. Ганиев, А. Турдалиева, Б. Сулайманова, Д. Асеинов,  
Кыргыз-Түрк Манас университети

## NON-BANKING FINANCIAL SECTOR IN KYRGYZSTAN

H. Dogan, Акдениз университети <harunpat@hotmail.com>  
J. Pirimbaev, <jpirimbaev@gmail.com>  
R. Abdieva, J. Ganiev, A. Turdalieva, B. Sulaymanova, D. Aseinov,  
Кыргыз-Түрк Манас университети

### Abstract

The weak development of the banking sector in Kyrgyzstan in the independence period has caused an amplification of the informal financial system. The non-banking financial organizations are still operating actively. According to the survey conducted in 2013, significant part of the population prefers to borrow from relatives and friends. Also, respondents have indicated that less bureaucracy in access to credit is the main reason for preferring non-banking financial enterprises.

**Key words:** non-banking financial system, formal and informal finance.

**Негизги сөздөр:** банктыйк эмес финансы тармагы, расмий жана расмий эмес финансы.

Бул макала Түркиянын Акдениз университети тарабынан каржыланган 2013.12.0106.001 номерлүү, «Кыргыз элинин сактоо жана кредит алуу иш-аракеттерин изилдөө: Бишкек шаарынын мисалында» аттуу долбоордун жыйынтыктарынын негизинде даярдалды.

Болжолу менен 1993-2001-жылдарды камтыган эгемендүү Кыргызстандын финансы системасынын түптөлүү процесси жана кийинки жылдардагы өнүгүү аз темп менен ишке ашкан. Мындан тышкары бул жылдардагы социалдык-саясий жана финансылык-экономикалык кризистер банк системасынын экономикадагы финансылык ортомчулук функциясын толук аткаруусуна терс таасирин тийгизген. Керектөөчүлөрдү банктар аркылуу финансылык ортомчулук кызматтары менен камсыздоо деңгээли жетишсиз болгондуктан, башкача айтканда, бош каражаты болгондорго депозиттик (пассивдүү), ал эми тартыштыгы болгондорго кредиттик (активдүү) банктыйк кызмат көрсөтүүлөр керектөөчүлөрдүн суроо-талабына толук жооп бере алган эмес.

Андыктан бул кемчилик кандайдыр бир деңгээлде банктыйк эмес жана расмий эмес финансылык институттар тарабынан толукталып келген.

Расмий эмес финансы боюнча эмгектерде расмий жана расмий эмес финансылык рыноктордун арасындагы айырмачылык көп талкууланган тема. Расмий финансылык рынок көбүнчө чоңураак көлөмдөгү стандартташтырылган кредиттерди берсе, расмий эмес финансылык рынокто жекече мамилелер жогору болот жана кредиттик операциялар, пайыздык чендер, материалдык күрөө, кредиттин мөөнөтү, карыздын жаңыдан тарификацияланышы сыяктуу маселелерде ийкемдүү болуп саналат (Ghate, 1992, 860-862).

Финансылык секторлордун расмий жана расмий эмес болуп бөлүнүшүнүн практикадагы пайдасы бул рынокту жөнгө салган жана багыт берген акча жана финансылык бийликтерге каршы милдеттүүлүктөргө таасир бериши. Мисалы; капитал, резерв жана ликвидүүлүк, кредит жана депозиттердин пайыздык чендери, милдеттүү кредит базалары, текшерүү жана отчет берүү боюнча расмий финансылык сектор ар кандай жөнгө салуулар астында болот. Расмий финансылык сектордун үстүндөгү жөнгө салуулар жана чектөөлөр алардын чыгымдарынын расмий эмес сектордон көбүрөөк болушуна себеп болот. Ал эми Ghate (1992) классификациясын эске алганда бул расмий эмес бир даража масалеси деп эсептейт. Эки секторду аныктаган расмий жана расмий эмес арасындагы айырма сызыгын так белгилөөдө бир тандоо жана макулдашуу маселеси келип чыгат. Ошондуктан сүткор дүкөндөрү, кээ бир банктан тышкаркы финансылык ортомчу ишканалар бир өлкөдө расмий болсо, башка өлкөдө расмий эмес болуп кабыл алынган (Ghate, 1992, 861).

Чынында окшош институттардын башка типтери бир өлкөдө сызыктын башка жактарына түшүп калышы толук ыктымал. Уюштурулган жана уюштурулбаган сүткор дүкөндөр буга мисал болот. Жыйынтыкта, эки сектор арасындагы айырма жарым расмий (semi-formal) болуп эсептелет.

Социалдык-экономикалык структура эске алынганда расмий жана расмий эмес финансылык рыноктор функциялары жана пайдаларыны салыштырганда расмий эмес финансы айрыкча чакан фермерлер, чакан ишкерлер, чакан дүкөнчүлөр жана жакыр адамдардын<sup>1</sup> муктаждарын аткарууда көбүрөөк пайдасын тийгизет. Өзгөчө, Ghate (1992) боюнча расмий эмес кредиттер, расмий кредиттерге салыштырмалуу адилеттүү бөлүштүрүлөт. Рас-

мий эмес финансы рыноктору, кредиттин муктаждарга жеткири-лишинде расмий секторго караганда ыкчам иштөө артыкчылыгына ээ. Мисалы, аябай шашылыш керек болгон учурда убакыт эң зарыл нерселердин бири. Расмий эмес рыноктор бул функцияга толугу менен ээ. Мындан тышкары, расмий финансы сектордогу кредиттик текшерүүлөр, керектөө кредиттериндей кредит түрлөрүнө тоскоолдуктар кардарларды расмий эмес сектордон кредит алууга мажбурлайт (Ghate, 1992, 861).

Расмий эмес финансы катары акча каражаттарын бүгүн алып аны келчекте кайтарып берүү убадасына негизделген бирок мыйзам системасындагы булактарга кайрылбастан түзүлгөн келишим же макулдашуу. Микрофинансы болсо, кедей адамдардын бакубаттуулугун арттыруу максатында аларга финансылык кызматтарды керектөөгө мүмкүндүк берүүчү формалдуу түрдөгү финансылык мамилелердин бир түрү. Экөөнүн ортосундагы айырма – бош турган финансылык ресурстардын мобилизациясы жана аларды кайра бөлүштүрүү процесси расмий эмес финансыда кедей адамдардын өздөрүнүн аракетинин натыйжасында ишке ашырылса, микрофинансыда бир тарапта донорлордун каражаттары турса, экинчи тарапта бул ресурстарга муктаж кедей адамдар турат (Schreiner, 2001:637). Өзгөчө өнүгүп келе жаткан жана начар өнүккөн өлкөлөрдө расмий эмес жана банктык эмес финансы тармактары жакшы өнүккөн.

Кыргызстандын абалын карай турган болсок, расмий финансылык системанын чоң бөлүгүн түзүүчү банк системасы консервативдүү кредиттик саясат жүргүзүп келет (Курманбеков, 2004). Банктан акча алуу үчүн күрөө коюш керек. Кредит алуунун мындай жолу бардык эле кардарлардын мүмкүнчүлүгүнө туура келбейт. Ал эми микрофинансы компанияларыныкы андай эмес, бул жерден кредит алуу үчүн күрөөгө мүлк коюлбайт. Микрофинансылык уюмдардын ишмердигинде банктардан өзгөчөлөнүп риск жогору. Микрофинансылоодо ишеним принциби иштейт. Берилген кредит маалында төлөнүп турса, ишеним пайда болот. Микрофинансылоонун дагы бир жакшы жери канчалык кредитти көп алган сайын анын үстөк пайызы ошончолук төмөндөп турат. Бул дагы болсо

<sup>1</sup> 1983-жылы Бангладеште мыйзамдуу түрдө Grameen Bank деген ат менен курулуп алгачкы жолу 1976-1979-жж. Бангладеште колдонула баштаган «микрокредит» жана «микрофинансы» мекемеси жакыр катмарга кичи өлчөмдө кредиттерди берген жана жакыр катмардын кредит жана сактоолорун банкта топтогон, салттык расмий эмес микро кредиттин расмий микрокредиттерге айланган формасы болуп саналат (Grameen Bank, 2011).

ишкерлерге жагымдуу шарт түзүп берет (Аматов, 2011).

Микрофинансылоо негизинен чакан өз бизнесин баштап жаткан ишкерлерге абдан ыңгайлуу. Анткени үстөк пайызы төмөн жана аны алууда көптөгөн документтерди толтуруунун кажети жок. Микрофинансылоонун жакшы жолго коюлушу менен чакан ишканалардын, чакан бизнестин өнүгүшүнө шарт түзүлөт (Аматов, 2011).

Мындан тышкары кредиттик союздардын финансылык сектордо мааниси жогорулап жакшы өнүгүп бара жаткандыгын белгилеп кетүүгө болот (Muratova, 2008). Алардын ишмердиги “черный касса” деген финансылык мамилерге окшош. Ар ай сайын бир кишиге акча чогултуп беришип, аны уламулам кезеги менен алышат. Бул жерде дагы ошондой принцип бар. Азыр мындай ыкма дыйкан чарбаларда колдонулуп жатат. Бул ыкма айыл жергесинде абдан эффективдүү. Жыл аягында бирикменин мүчөлөрү өздөрүнүн дивидендин алып турушат (Аматов, 2011).

Банктык эмес сектор финансылык системанын курамдык бөлүгү болуп саналат жана экономиканын реалдуу секторун инвестициялоо үчүн ички финансылык ресурстарды тартууга көмөк көрсөтүүгө чакырылган. Микрофинансылык уюмдар, кредиттик союздар, адистештирилген финансы-кредиттик мекемелер, камсыздан-дыруу компаниялары, мамлекеттик эмес пенсиялык фонддор жана баалуу кагаздардын рыногу экономиканы өнүктүрүүгө таасир тийгизүүчү негизги банктык эмес финансы институттары болуп саналат.

Акыркы жылдарда микрокредиттик компанияларды көзөмөлдөө жана аны менен бирге мыйзамдык базасы бекемделүүдө (КРУБ, 2014:64) жана бул багыттагы Эл аралык финансылык уюмдардын дагы кызыгуулары бар жана банктык эмес секторду өнүктүрүү сунуштары бар (IMF, 2012).

Калктын көпчүлүк катмарынын киреше деңгээли төмөн болгондуктан (Мун, 2008; Левченко, 2013) жана банктар арасында атаандаштыктын аздыгы, пайыздык ставканын жогору болушу, күрөө жана башка кошумча документтерди талап кылуулары карыз алуучуларды расмий эмес, анын ичинде көпчүлүк учурда банктык эмес финансылык институттардын кызматын керектөөлөрүнө

себеп болуп жатат (Капалова, 2014). Мындан улам, бул изилдөөдө Кыргызстандын экономикасында финансы секторунда маанилүү ролду ойногон банктык эмес жана расмий эмес финансылык институттардын анализи жасалган жана долбоордун алкагында жүргүзүлгөн сурамжылоонун негизги жыйынтыктары берилген.

Кыргызстанда банктык эмес финансы тармагы банк тармагы менен катар эле активдүү иштеп өнүгүп келе жатат. Банктык эмес финансылык мекемелер тарабынан 2013-жылы жалпысынын 19,5 миллиард сом көлөмүндө кредит берилген. Анын 17,6 миллиарды микрофинансылык уюмдар тарабынан, 1,5 миллиарды болсо кредиттик союздар тарабынан берилген. 2012-жылдын маалыматтары боюнча ломбарддар тарабынан 114,7 миллион сом кредит берилген (КР УБ Бюллетени).

Микрофинансы тармагы 102000ден ашуун кардарга микрокредит берүүдө. Жеке кишилерге берилген кредиттер 450дөн 1300 АКШ долларына чейин болууда. Көмөктөшүү кредиттеринин көлөмү болсо уюмга жараша 50 АКШ долларынан 200 АКШ долларына чейин өзгөрүүдө (Shamshieva, 2006). Микрофинансылык уюмдардын саны акыркы беш жылдын ичинде эки эсеге жакын кыскарганы менен берген кредиттеринин көлөмү дээрлик 70%га өскөн (табл. 1). Бул микрофинансылык уюмдардын сапаттык жактан өсүп жатканын айгинелейт.

Кредиттик союздардын санында да кыскаруу жүрүп жатса, ломбарддардын саны барган сайын өсүүдө. Мында, албетте, ломбарддар тарабынан берилген кредиттердин пайыздык чендеринин өтө жогору болушу чоң роль ойноодо. 2009-жылы кабыл алынган мыйзамга ылайык ошол жылдан баштап ломбарддар Улуттук банкка отчет бербей калгандыктан, азыркы учурда ломбарддардын саны жана пайыздык чени жөнүндө маалыматтар жок. Анткен менен, 2008-жылдын маалыматтары боюнча, ломбарддар берген кредиттердин жылдык пайыздык чени 129,2%ды түзгөн.

Бул көрсөткүч коммерциялык банктар тарабынан берилген кредиттердин пайыздык ченинен 5,5 эсеге чоң. Микрофинансылык уюмдардын пайыздык чендери коммерциялык банктардыкынан 10-15%га, кредиттик

союздардыкы болсо 5-10%га жогору болууда (табл. 2).

Таблица 1 – Банктык эмес финансы-кредит мекемелеринин саны (бир мезгилдин акырына карата)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015**
Камсыздандыруу компаниялары	19	16	16	18	17	17
Инвестициялык фонддор	6	8	8	8	9	9
Фондулук биржалар	2	1	1	1	1	1
Пенсиялык фонддор	3	2	2	2	2	2
мамлекеттик	1	1	1	1	1	1
жеке	2	1	1	1	1	1
Микрофинансылык уюмдар	397	454	320	277	215	204
анын ичинде:						
микрокредиттик компаниялар	266	340	242	208	154	145
микрокредиттик агенттиктер	127	110	74	65	56	54
микрофинансылык компаниялар	4	4	4	4	5	5
Кредиттик союздар	217	197	183	153	135	129
Ломбарддар*	475	633	669*	669*	669*	669*
Алмашуу бюролору	290	279	306	333	309	304
Адистештирилген кредиттик мекемелер	2	1	1	1	1	1

Булагы: Кыргыз Республикасынын Улуттук банкынын бюллетени.

\* 2009-жылдын теке айынын отуз биринде «Кыргыз Республикасынын "Лицензиялоо жөнүндө" мыйзамына өзгөртүүлөрдү киргизүү тууралуу» мыйзамдын кабыл алынышына байланыштуу, 2009-жылдын жетинин айынын биринен тартып, ломбарддар Улуттук банк тарабынан лицензияланбайт.

\*\* февраль айына карата.

Таблица 2 – Коммерциялык банктардын жана банктык эмес финансы-кредит мекемелеринин кредиттер боюнча пайыздык чендери (бир мезгилдин акырына карата)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Коммерциялык банктардын улуттук валютада берилген кредиттер боюнча пайыздык чендери	23,74	25,33	22,89	22,38	22,95	20,71	19,60
Коммерциялык банктардын чет өлкө валютасында берилген кредиттер боюнча пайыздык чендери	19,49	20,59	19,26	17,83	17,28	16,40	16,10
Микрофинансылык уюмдар	32,45	34,45	38,82	38,29	34,90	31,00	30,04
Кредиттик союздар	27,99	29,55	30,72	28,99	29,10	27,31	25,63
Ломбарддар*	129,20	-	-	-	-	-	-

Булагы: Кыргыз Республикасынын Улуттук банкынын бюллетени.

\* 2009-жылдын теке айынын отуз биринде «Кыргыз Республикасынын "Лицензиялоо жөнүндө" мыйзамына өзгөртүүлөрдү киргизүү тууралуу» мыйзамдын кабыл алынышы менен 2009-жылдын жетинин айынын биринен тартып ломбарддар Улуттук банкка отчет бербейт.

Бул багытта «Кыргыз элинин сактоо жана кредит алуу иш-аракеттерин изилдөө: Бишкек шаарынын мисалында» аттуу долбоордун

негизинде 400дөй үй-чарбасынан сурамжылоо (анкета) жүргүзүлдү. Анын кээ бир негизги жыйынтыктары төмөнкүдөй болду.

Таблица 3 жана 4төн көрүнүп тургандай, кыргыз элинин карыз алууда мекеме таңдашында эң негизги факторлор катары мекеменин ишенимдүүлүгүн, андан соң кагаз иште-

ринин бат бүтүшүн жана тааныштарынын кеңешин белгилешкен.

Таблица 3 – Микрокредитти тандоо себептеринин жыныстар боюнча үлүштөрү

	Микрокредитти тандоо себебиңиз эмне						Жалпысы	%
	Банктарга караганда артыкчылыктары көп	Мажбурдук	Көнүмүш адат	Кредит алуу оңой	Инвестиция кылуу мүмкүнчүлүгү	Ишенимдүү		
Эркек	4	--	--	17	15	1	37	47
Аял	3	3	1	15	16	4	42	53
Жалпысы	7	3	1	32	31	5	79	

Таблица 4 – Карыз алууда ломбардды тандоонун себеби

	Карыз алууда эмне себептен ломбардды тандайсыз							Жалпысы	%
	Бюрократиясы аз же такыр жок	Карыз ала турган курбум же тууга-ным жок	Банктардан карыз ала албайм	Ломбардын пайыздык ставкасы төмөрөөк	Мен карыз алган ломбард курбум же тууга-ным	Ломбардга ишеним	Банктарга караганда ломбарддан көбүрөөк кредит ала алам		
Эркек	18	8	1	-	4	-	1	32	43
Аял	28	7	2	1	0	1	3	42	57
Жалпысы	46	15	3	1	4	1	4	74	

Таблица 5тен көрүнүп тургандай, жогорку билимдүүлөр эң көп (53%ы) туугандарынан карыз алышууда. Ошондой эле, жогорку билимдүүлөр банк жана микрокредитти да тандашууда. Туугандардан эң көп карыз

алгандар орто мектепти бүткөндөр (62%) болууда. Башка категориясына киргендер болсо негизинен досторунан же кесиптешлеринен карыз алаарын белгилешкен.

Таблица 5 – Билим деңгээли жана карыз алуу тандоосу

	Кимден карыз акча аласыз?							Жалпысы
	Тууган	Банк	Микрокредиттик уюм	Ломбард	Кредиттик союз	Шерине	Башка	
Жогорку	119	28	24	17	8	12	18	226
Толук эмес жогорку	16	7	4	8	0	4	4	43
Кесиптик окуу жай	4	1	1	1	0	0	1	8
Орто мектеп	32	2	9	6	0	2	1	52
Башталгыч орто мектеп	2	0	0	2	0	0	0	4
Жалпысы	173	38	38	34	8	18	24	333

Жогоруда айтылган теориялык маалыматтардын жана мурда жасалган эмпирикалык

изилдөөлөрдүн негизинде, кыргыз элинин сактоо жана кредиттик иш-аракеттери расмий (банк тармагы аркылуу) жана расмий эмес

(банктан тышкары финансылык уюмдар) деп бөлүп каралып, Бишкек шаарынын мисалында адамдардын сактоо жана кредиттик чечимдери менен үй-чарбанын чоңдугу, жыныс, жаш, кесип, киреше деңгээли жана билим деңгээли сыяктуу негизги өзгөрмөлөрдүн арасында байланыштын бар же жок экени текшерилди (тест кылынды). Сактоо жана кредит менен негизги өзгөрмөлөрүбүздүн арасында байланыштын бар же жок экенин тест кылуу үчүн Пирсондун Хи-квадрат критерийи колдонулду.

Бул жерде гипотезалар төмөнкүдөй деп белгиленет:

Таблица 6 – Билим деңгээли менен үй-чарбалардын кирешесинин арасындагы байланыш

		Айлык киреше	Билим деңгээли
Айлык киреше	Pearson Correlation (Пирсон корреляциясы)	1	.056
	Sig. (2-tailed) (Маанилүүлүк)		.240
	N (Байкоолордун саны)	439	435
Билим деңгээли	Pearson Correlation (Пирсон корреляциясы)	.056	1
	Sig. (2-tailed) (Маанилүүлүк)	.240	
	N (Байкоолордун саны)	435	435

Кыргызстан билим деңгээли жагынан өтө алдыңкы катарда турган бир өлкө. Анткен менен, адамдар алган билимине ылайыктуу иштерде иштешпейт. Өзгөчө инженерия тармагында билим алган адамдар өлкөдө жумуш орундары болбогону үчүн, таксисттик сыяктуу көп билим жана жөндөм талап кылбаган иштерде иштешүүдө. Расмий катталган тармактарда иштегендердин кирешеси менен көмүскө тармактарда иштегендердин кирешелери арасында да чоң айырмалар бар. Ошондой эле, орто мектепти бүткөн же бакалавр же жогорку окуу жайынын дипломун алган бир адам соода кылып көп киреше тапса, магистратура, аспирантура, докторантура даражасын алган адамдардын арасында мамлекеттик жана жеке секторлордо төмөн эмгек акыга иштегендер да бар. Ошондуктан айлык киреше деңгээли менен билим деңгээлинин арасында статистикалык жактан маанилүү бир оң байланыш табылган

Таблица 7 – Үй-чарбалардын кирешеси жана микрокредит колдонуу

	Үй-чарбалардын кирешеси	Микрокредит колдонуу
--	-------------------------	----------------------

**H<sub>0</sub>:** Өзгөрмөлөр бири-биринен көз-карандысыз, б.а. өзгөрмөлөрдүн арасында байланыш жок.

**H<sub>1</sub>:** Өзгөрмөлөр бири-биринен көз-каранды, б.а. өзгөрмөлөрдүн арасында байланыш бар.

Анкетага катышкандардын киреше деңгээли менен билим деңгээлинин арасындагы байланышты анализ кылуу үчүн Пирсон корреляция коэффициентин эсептеди (табл. 6). Бул эки өзгөрмө арасында статистикалык жактан маанилүү байланыш табылган жок ( $r = 0.056$ ,  $p > 0.05$ ), б.а. билим деңгээли менен айлык киреше арасында статистикалык жактан маанилүү бир байланыш жок.

жок, анткен менен, статистикалык жактан маанилүү эмес болсо да, оң байланыш бар экени көрүнүп турат.

Ал эми үй-чарбалардын кирешеси менен микрокредит алуунун арасындагы байланыш болсо оң, бирок күчтүү эмес деп табылды (табл. 7). Коэффициент 0,166га барабар. Маанилүүлүк деңгээли  $p = 0,143$  жана 0,05тен чоң. Бул жыйынтыктардан үй-чарбалардын кирешеси менен микрокредит колдонуу арасында статистикалык жактан маанисиз, күчсүз болсо да, оң бир байланыш бар экени көрүнүп турат.

Жыйынтыктай турган болсок, Кыргызстанда банк тармагы менен бирге банктык эмес финансы тармагы дагы активдүү иш алып барууда. Мындан тышкары, сурамжылоонун натыйжасында кыргыз калкында финансы булактарын табууда карыз алып-берүү мамилелеринин да жакшы өрчүгөнү аныкталды.

Үй-чарбалардын кирешеси	Pearson Correlation (Пирсон корреляциясы)	1	0,166
	Sig. (2-tailed) (Маанилүүлүк)		0,143
	N (Байкоолордун саны)	439	79
Микрокредит колдонуу	Pearson Correlation (Пирсон корреляциясы)	0,166	1
	Sig. (2-tailed) (Маанилүүлүк)	0,143	
	N (Байкоолордун саны)	79	79

Сурамжылоого катышкандардын 50%ынан ашыгы туугандарынан карыз алаарын айтышкан. Мындай мүмкүнчүлүгү чектүү жарандар болсо карыз алууда пайыздык чендери жогору болгонуна карабастан, банктык эмес уюмдарга көп кайрылышууда. Сурамжылоого катышкандардын 11%ы гана банктардан карыз алаарын белгилешкен. Ал эми микрокредиттик уюмдардан, ломбарддардан жана кредиттик союздардан карыз алгандардын үлүшү болсо жалпысынан 24%ды түзгөн. Мунун эң негизги себептери катары бюрократиянын аз, карыз алуунун оңой болушун жана тууган, достордон карыз алуу мүмкүнчүлүгүнүн болбошун көрсөтүшкөн. Расмий финансы тармагынын өзөгүн түзгөн банк тармагы өнүгүшү үчүн бул жагдайларды эске алышы зарыл.

#### Колдонулган булактар

1. Аyyagari, M., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2010). Formal versus informal finance: Evidence from China. *Review of Financial Studies*, 23(8), 3048-3097.
2. Ghate P.B. (1992). Interaction Between the Formal and Informal Financial Sectors: The Asian Experience. *World Development*, 20(6), 859-872.
3. КРУБ, (2014). Отчет о стабильности финансового сектора Кыргызской Республики, Бишкек, июнь 2014, <http://www.nbkr.kg/DOC/25072014/000000000027995.pdf>
- 3а. KRUB, (2014). Otchet o stabil'nosty finansovogo sektora KR, Bishkek, iyun' 2014 <http://www.nbkr.kg/DOC/25072014/000000000027995.pdf>
4. КРУБ Бюллетени, 2015.
- 4а. KRUB Bulletin, 2015.
5. Капалова А. (2014). Развитие малого и среднего бизнеса в Кыргызстане: неформальные коммуникации и роль

женщин. Высшая Школа Развития, Институт государственного управления и политики, Доклад №25, <http://www.ucentralasia.org/downloads/UCAIPPA-Wp25-SmalMediumBusiness-Rus.pdf>

5а. Kapalova A. (2014). Razvitiye malogo I srednego biznesa v Kyrgyzstane: neformal'nyje kommunikacii I rol' zhentshin. *Vyshshaya Shkola Razvitiya, Institut gosudarstvennogo upravleniya I politiki, Doklad №25*, <http://www.ucentralasia.org/downloads/UCAIPPA-Wp25-SmalMediumBusiness-Rus.pdf>

6. Курманбеков Р.О. Теоретические основы использования инвестиционного потенциала небанковского финансового сектора: на примере страховых компаний и негосударственного пенсионного фонда в Кыргызской Республике: автореф. дисс. ... канд. эконом. наук. 08.00.01. – Бишкек, 2014.

6а. Kurmanbekov R.O. Teoreticheskiye osnovy ispol'zovaniya investitsionnogo potentziala nebankovskogo finansovogo sektora: na primere strahovyh kompaniy I negosudarstvennogo pensionnogo fonda v KR: avtoref. diss. ... kand. ekonom. Nauk. 08.00.01. – Bishkek, 2004.

7. Левченко А.А. Влияние уровня жизни трудоспособного населения на миграционные процессы в Кыргызской Республике. – Бишкек, 2013. <http://arch.kyrlibnet.kg/uploads/KNULEVCHENKOA.A.2013-7.pdf>

7а. Levchenko A.A. Vliyaniye urovn'a zhizny trudosposobnogo naseleniya na migratsionnyje protsessy v KR. – Bishkek, 2013. <http://arch.kyrlibnet.kg/uploads/KNULEVCHENKOA.A.2013-7.pdf>

8. Международный валютный фонд. Кыргызская Республика. Среднесрочная программа развития/Документ по стратегии сокращения бедности. Май 2012 года: Доклад МВФ по стране, № 12/112.

8a. Mezhdunarodnyi valutnyi fond. Kyrgyzskaya respublika. Srednesrochnaya programma razvitiya/Dokument po strategii sokratsheniya bednosta. May 2012 goda: Doklad MVF po strane, № 12/112.

9. Мун В.Г. (2008). Уровень благосостояния населения Кыргызстана на современном этапе: <http://www.lib.krsu.edu.kg/uploads/files/public/2072.pdf>

9a. Mun V.G. Uroven' blagosostoyaniya naseleniya Kyrgyzstana na sovremennom etape: <http://www.lib.krsu.edu.kg/uploads/files/public/2072.pdf>

10. Muratova G. (2008). Развитие системы кредитных союзов в Кыргызстане: [http://www.agrar.huberlin.de/de/institut/departments/dntw/tierhaltung/gefproj/gk\\_kirg/akt/archiv/SoSchu08/vortraege/votr\\_kompr/pdf/12\\_GMuratova.pdf](http://www.agrar.huberlin.de/de/institut/departments/dntw/tierhaltung/gefproj/gk_kirg/akt/archiv/SoSchu08/vortraege/votr_kompr/pdf/12_GMuratova.pdf)

10a. Muratova G. Razvitiye sistemy kreditnyh soyuzov v Kyrgyzstane: <http://www.agrar.huberlin.de/de/institut/departments/dntw/tierhaltung>

/gefproj/gk\_kirg/akt/archiv/SoSchu08/vortraege/votr\_kompr/pdf/12\_GMuratova.pdf

11. Schreiner M. (2001). Informal finance and the design of microfinance. Development in Practice, 637-640.

12. Shamshieva (2006). Microfinance Industry in Kyrgyzstan. Supervision and Regulation Issues. Microcredit Agency Bai Tushum Financial Foundation.

13. Темиркулов А.А. и др. (2013). Влияние родоплеменных (клановых) отношений на формирование (деформацию) механизмов государственного управления, негативные и положительные факторы: [http://www.nisi.kg/uploads/research\\_ph/07\\_clans\\_report.pdf](http://www.nisi.kg/uploads/research_ph/07_clans_report.pdf)

13a. Temirkulov A.A. I dr. (2013). Vliyaniye rodoplemennyh (klanovyh) otnosheniy na formirovaniye (deformatciyu) mehanizmov gosudarstvennogo upravleniya, negativnyje I polozhitel'nyje factory: [http://www.nisi.kg/uploads/research\\_ph/07\\_clans\\_report.pdf](http://www.nisi.kg/uploads/research_ph/07_clans_report.pdf)

## ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР БАНКА

**Е. Чаглаян-Акай**, д-р, проф., университет «Мармара»,

**К. Карымшаков**, ст. преподаватель (PhD),

**Р. Абдиева**, ст. преподаватель (PhD), **Г. Туткабаева** научный сотрудник Кыргызско-Турецкий университет «Манас», Факультет экономики и управления

## THE FACTORS AFFECTING CHOICE OF BANK

Prof. Dr. **Е. Çağlayan-Akay**, Marmara University <ecaglayan@marmara.edu.tr>

Assist. Prof. **К. Karymshakov**, Kyrgyzstan-Turkey Manas University  
<kamalbek.karymshakov@manas.edu.kg>

Assist. Prof. **Р. Abdieva**, Kyrgyzstan-Turkey Manas University <razia.abdieva@manas.edu.kg>  
PhD Candidate, **Г. Tutkabaeva**

### Abstract

This paper aims to investigate factors affecting on choice of bank customers based on questionnaire implemented in Bishkek. Results show that the main factors influencing on customer choice are related with the stability and quality of banking services. Along with this such factors as interest rate of credits, location and number of branches are important factors too.

**Key words:** banking system, marketing, customer choice.

**Ключевые слова:** банковская система, маркетинг, выбор клиента.

### Введение

Стабильность финансового сектора является одним из основополагающих факторов

развития экономики. В странах с переходной экономикой, в том числе в Кыргызстане, при неразвитости рынка ценных бумаг и бирж



коммерческие банки имеют доминирующее положение в финансовой системе.

В Кыргызстане на данный момент осуществляют деятельность 22 коммерческих банка, которые включают 248 филиалов и 493

Таблица 1 – Основные показатели банковского сектора в Кыргызской Республике

№ п.п.		2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
1.	Активы, млн. сом.	42 134	54 926	67 983	57931	66 754
2.	Депозиты, млн. сом.	19 043	28 132	33 168	27 598	36 928
3.	Кредиты, млн. сом.	20 798	25 574	25 117	26 311	31 142
4.	Уставный капитал, млн. сом.	5 805,8	7 813,4	8 666,0	7 518,6	8 799,4
5.	Активы / ВВП, %	29,8	29,7	34,6	27,3	24
6.	Депозиты / ВВП, %	13,8	15,2	20,2	13	11,4
7.	Кредиты / ВВП, %	17,2	13,8	12,8	12,4	13,5

Источник: Бюллетень Национального банка Кыргызской Республики, 2012.

Как видно из табл. 1, банковская система Кыргызской Республики представляет собой развивающийся сектор экономики. Банки с каждым годом внедряют новые банковские продукты и технологии. С ростом конкуренции основной задачей банков становится повышение доверия клиентов. С развитием новых видов кредитов и дифференциацией кредитной политики коммерческих банков мнение и поведение физических лиц как клиентов банков становятся важной темой для банковского маркетинга.

Исследования в других странах по этой теме показали, что не только доверие и выгодные условия по процентам, но и такие факторы, как: советы друзей и знакомых, качество банковских услуг, выдача кредитов в кратчайшие сроки и наличие разных банковских услуг также играют важную роль при выборе коммерческих банков.

Например, исследования Дика (2002) на основе данных США за 1993-1999 гг. показали, что для клиентов процентные ставки по депозитам, географическое расположение, история банка и размер банка по капиталу влияют на выбор банка [1]. Жантан, Камарудин и Хое (1998), исследуя особенности банков и демографические факторы, влияющие на выбор банков со стороны клиентов в Малайзии, отмечают, что эффективность банковских услуг и разнообразие предоставляемых банковских услуг являются наиболее важными факторами [3]. Альрубайе и Альна-

збир (2010) на примере Иордании показали, что на развитие маркетинга коммерческих банков влияют уровень дохода и пол клиентов [2]. Ардыч и Юзерероглу (2006), исследуя выбор клиентов между государственными и частным банком в Турции, пришли к выводу, что возраст, образование и культурные особенности являются основными факторами. Наряду с этим качество обслуживания, близкое расположение и количество филиалов тоже имеют значение. Тогда как процентная ставка по депозитам оказалась важнейшим фактором только при выборе небольших банков [4].

Аналогичные работы на примере стран постсоветского пространства не распространены. Несмотря на тот факт, что доверие банковскому сектору традиционно считается основным фактором, влияющим на выбор банка со стороны клиентов в странах с переходной экономикой, с развитием рыночных отношений и конкуренции появляются новые факторы, которые имеют влияние на клиентов при выборе банков. Поэтому более тщательный анализ таких возможных факторов, как демографические особенности, способствовали бы полному пониманию существующего уровня доверия банковскому сектору в целом и развитию маркетинга банковских услуг. Несмотря на то, что в Кыргызстане был принят Закон КР «О защите банковских вкладов» (от 7 мая 2008 г.), обеспечивающий необходимую правовую базу для защиты интересов вклад-

збир (2010) на примере Иордании показали, что на развитие маркетинга коммерческих банков влияют уровень дохода и пол клиентов [2]. Ардыч и Юзерероглу (2006), исследуя выбор клиентов между государственными и частным банком в Турции, пришли к выводу, что возраст, образование и культурные особенности являются основными факторами. Наряду с этим качество обслуживания, близкое расположение и количество филиалов тоже имеют значение. Тогда как процентная ставка по депозитам оказалась важнейшим фактором только при выборе небольших банков [4].

чиков, депозиты не являются основным источником формирования ресурсной базы банковского сектора. Укрепление ресурсной базы коммерческих банков и повышение уровня доверия к банковской системе остаются одной из важных задач развития финансовой системы страны.

Целью данной работы является исследование доминирующих факторов при выборе банка со стороны населения. В этой связи было проведено анкетирование жителей Бишкека, использующих банковские услуги. Опрос проводился в офисах банков с разрешения управляющих.

## 2. Основные характеристики респондентов

Для исследования доминирующих факторов при выборе банка со стороны жителей Бишкека было проведено анкетирование жителей столицы, пользующихся банковскими услугами. Опрос проводился в офисах банков с разрешения управляющих. В анкетировании

приняли участие более 400 респондентов разных возрастов. Анкета содержит 45 вопросов, в 22 вопросах была использована шкала Лайкерта. Ниже приводятся демографические особенности и результаты анализа (табл. 2).

Из 384 респондентов 46% составили (178 человек) мужчины и 54% (206 человек) женщины. Около 60% из мужчин и в том числе женщин составляют респонденты в возрасте 24-40 лет. Большинство респондентов, то есть 63,8%, имеют семью, а 36,2% не живут в браке (табл. 3).

Большинство, точнее 76% респондентов, имеют высшее образование, из них 64% респондентов являются выпускниками высших учебных учреждений, а 11% имеют магистерское образование (табл. 4). Подавляющее большинство респондентов (84,8%) имеет работу, из них 34,6% заняты в частном, 30,7% в государственном секторе, 19,5% имеют собственный бизнес, а 1,6% респондентов являются безработными (табл. 5).

Таблица 2 – Распределение респондентов по возрасту и полу

Возраст	Муж	%	Жен.	%	Общее	%
18-23	28	16	25	12	53	14
24-30	62	35	74	36	136	35
31-40	46	26	50	24	96	25
41-50	25	14	31	15	56	15
51-60	11	6	20	10	31	8
Старше 61	6	3	6	3	12	3
<b>Всего</b>	<b>178</b>	<b>100</b>	<b>206</b>	<b>100</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Таблица 3 – Распределение респондентов по семейному положению

Семейное положение	Количество	Процент
Женат (замужем)	245	63,8
Не женат (не замужем)	114	29,7
Вдовец (вдова)	8	2,1
Разведен (а)	17	4,4
<b>Всего</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

Таблица 4 – Распределение респондентов по уровню образования (%)

Возраст	18-23	24-30	31-40	41-50	51-60	Старше 61	Общее

Средняя школа	0,8	2,3	4,4	0,3	1,0	0,5	9,4
Техникум	1,6	2,3	1,0	1,8	2,1	0,3	9,1
Университет	10,2	22,9	14,6	10,7	3,6	1,6	63,5
Магистратура	0,5	6,5	3,1	0,8	0,0	0,5	11,5
Другое	0,8	1,3	1,8	1,0	1,3	0,3	6,5
Общее	13,8	35,4	25,0	14,6	8,1	3,1	100,0

Таблица 5 – Распределение респондентов по занятости (%)

	18-23	24-30	31-40	41-50	51-60	Старше 61	Общее
Частный сектор	4,9	13,3	8,3	4,4	3,4	0,3	34,6
Государственный сектор	2,1	10,9	9,4	6,0	0,5	1,8	30,7
Собственный бизнес	3,9	5,5	5,5	3,4	1,0	0,3	19,5
Студент	2,9	1,3	0,0	0,0	0,3	0,0	4,4
Пенсионер	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	0,8	3,4
Безработный	0,0	0,8	0,5	0,3	0,0	0,0	1,6
Другое	0,0	3,6	1,3	0,5	0,3	0,0	5,7
Общее	13,8	35,4	25,0	14,6	8,1	3,1	100,0

Распределение занятых по секторам экономики показывает, что 25,0% респондентов работают в сфере торговли, 21,2% в сфере образования, 20,9% в сфере предоставления услуг и 12,5% в сфере финансов. В сфере торговли осуществляют деятельность 59% из 75 респондентов, которые имеют собственный бизнес. Также 10 респондентов указали, что являются студентами высших учебных учреждений и одновременно имеют работу.

Распределение респондентов по доходам показывает, что средний ежемесячный доход 63% респондентов составляет от 10 001 до 30 000 сом., 17% респондентов – от 5001 до 10 000 сом., 10% – от 30 001 до 50 000 сом. Более 90 000 сом. дохода получают лишь 3% респондентов. Большинство респондентов, работающих в частном секторе (98 человек), получают доход от 10 000 до 30 000 сом., а также 7 респондентов, у которых доход выше 120 000 сом., работают в частном секторе или имеют свой бизнес (табл. 6).

Анализ критерия уровня культуры показал, что 55% респондентов в возрасте от 24 до 40 лет постоянно читают газеты. Большинство респондентов редко посещают музеи,

Таблица 6 – Распределение респондентов по занятости и доходам

	Меньше 5000	5001-10000	10001-30000	30001-50000	50000-70000	70001-90000	90000-120000	Больше 120000	Общее
--	-------------	------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------	---------------	-------

театры и концерты. Участники анкетирования почти никогда не путешествовали. А в кино-театры постоянно ходят респонденты до 30 лет, это 73% респондентов.

Распределение респондентов, пользующихся услугами государственного и иностранного банка, показало, что 26% пользуются услугами государственных банков, остальные – частных коммерческих банков. Половина респондентов пользуются банками с иностранным капиталом.

В табл. 7 представлен список банковских услуг и частота пользования этими услугами: 77% респондентов пользуются денежными переводами, 45% ходят в банк в целях обмена валют, 27% оплачивают коммунальные услуги через банк, 27% пользуются дебитными и 26% кредитными карточками, 24% пользуются банкоматами и получали потребительские кредиты, лишь 14% респондентов вкладывают свои деньги в банк, около 10% пользуются услугами интернет-банкинга и посттерминалами, коммерческими кредитами – 9% и ипотечными кредитами – лишь 5% опрошенных лиц.

Частный сектор	2	24	98	4	1	1	1	2	133
Государственный сектор	3	25	77	11	1	0	1	0	118
Собственный бизнес	2	1	40	20	5	0	2	5	75
Студент	7	4	6	0	0	0	0	0	17
Пенсионер	7	5	1	0	0	0	0	0	13
Безработный	0	3	1	2	0	0	0	0	6
Другое	0	2	19	0	0	0	1	0	22
	21	64	242	37	7	1	5	7	384

Таблица 7 – Распределение респондентов, пользующихся банковскими услугами

№ п.п.	Услуга	Количество	Процент
1.	Денежные переводы	296	77
2.	Потребительские кредиты	91	24
3.	Коммерческий кредит	33	9
4.	Ипотечный кредит	18	5
5.	Обмен валют	174	45
6.	Кредитные карты	100	26
7.	Дебитные карты	105	27
8.	Покупка ценных бумаг	1	0
9.	Депозиты	54	14
10.	Лизинг	3	1
11.	Оплата коммунальных услуг	105	27
12.	Посттерминалы	44	11
13.	Интернет-банкинг	40	10
14.	Банкомат	92	24
15.	Другое	20	5

### 3. Результаты

В опросе респонденты оценили 22 возможных фактора по шкале Лайкерта. Если учитывать уровень оценки «полностью согласен», то в результате опроса более 50% респондентов отметили, что надежность банка, вежливое отношение персонала и быстрое обслуживание имеют большое значение при выборе банка. За этими тремя факторами следуют низкие процентные ставки кредитов и доступность информации о банке, которые получили более 40% положительных ответов. Менее важными оказались: близкое расположение, выдача кредитов в короткий срок, количество филиалов и сберкасс, наличие необходимых услуг, перечисление зарплаты, внешний и внутренний вид банка, высокие

проценты депозитов, советы друзей и родственников, наличие парковки для машин и государственный банк. Эти факторы получили высшую оценку у 20 и 40% респондентов. Наименее важными факторами оказались интернет-банкинг, банк с иностранным капиталом, реклама, особые условия фермерам, длинные очереди и соответствие религиозным взглядам.

На уровне оценки «согласен» особые условия фермерам, длинные очереди и соответствие религиозным взглядам также были оценены как наименее важные. Однако такие факторы, как реклама, советы друзей и родственников, наличие необходимых услуг, внешний и внутренний вид банка были отмечены чуть большим процентом респондентов.

Таблица 8 – Оценка факторов при выборе банка (в % к общему)

№ п.п.	Фактор	Полностью согласен	Согласен	Неуверен	Не согласен	Полностью не согласен	Общее
1.	Близкое расположение	38,8	34,1	15,4	9,4	2,3	100
2.	Низкие процентные ставки кредитов	45,1	33,1	18	3,6	0,3	100
3.	Выдача кредитов в короткий срок	37,5	28,1	26	7,6	0,8	100
4.	Высокие проценты депозитов	26,3	22,7	35,4	14,3	1,3	100
5.	Вежливое отношение персонала	56	30,7	9,9	3,1	0,3	100
6.	Реклама	16,1	33,9	38,	9,9	2,1	100
7.	Советы друзей и родственников	24,7	37,2	27,9	8,1	2,1	100
8.	Банк с иностранным капиталом	16,7	33,1	35,7	11,2	3,4	100
9.	Быстрое обслуживание	54,9	32,6	9,6	2,3	0,5	100
10.	Наличие парковки для машин	23,2	28,9	28,6	14,8	4,4	100
11.	Внешний и внутренний вид банка	27,6	36,5	22,9	10,4	2,6	100
12.	Особые условия, предоставляемые банком фермерам	16,1	19,3	40,9	18,8	4,9	100
13.	Наличие необходимых услуг	32,8	39,8	22,4	4,2	0,8	100
14.	Длинные очереди	11,5	16,1	28,6	30,5	13,3	100
15.	Интернет-банкинг	16,9	30,2	39,8	10,9	2,1	100
16.	Государственный банк	22,9	27,1	36,2	10,9	2,9	100
17.	Надежность банка	58,1	27,6	12,5	1,6	0,3	100
18.	Доступность информации о банке	43,2	34,4	17,7	3,4	1,3	100
19.	Зарплата, которую перечисляют в банк	27,9	28,9	31,8	9,4	2,1	100
20.	Соответствие моим религиозным взглядам	9,1	14,8	37	26,3	12,8	100
21.	Количество филиалов и сберкасс	34,6	33,9	25,3	4,2	2,1	100
22.	Доверие банковскому сектору	37,5	35,4	21,6	3,1	2,3	100

Вышеприведенные факторы можно сгруппировать следующим образом: банковская кредитная и депозитная политика (ставки по кредитам и депозитам), качество предоставляемых услуг (вежливое отношение персонала, быстрое обслуживание, длинные очереди и т.д.), физическая и техническая инфраструктура (интернет-банкинг, внешний и внутренний вид, количество филиалов и сберкасс и т.д.), реклама и организационно-институциональные (перечисление зарплаты, соответствие религиозным взглядам, уровень доверия банковскому сектору и т.д.).

Из этих групп по результатам опроса к наиболее важному фактору можно отнести качество предоставляемых услуг. Тогда как кредитная и депозитная ставки оказались менее важными. Это явление можно объяснить небольшой разницей по ставкам кредитов и депозитов между банками в Кыргызстане. Вместе с тем наименее важные факторы в перспективе могут иметь более весомое влияние при выборе банка (например, наличие парковки для машин). Дальнейшее внедрение новых инструментов и инноваций и их популяризация, такие как интернет-банкинг,

вполне могут изменить структуру важности факторов.

Немаловажным является и демографическая характеристика респондентов при определении приоритетности факторов. Например, реклама по уровню оценки «полностью согласен» получила менее важную оценку. Однако, если посмотреть структуру респондентов по возрасту, то более 50% респондентов в возрасте 24-30 лет отметили «согласен», то есть по пятибалльной шкале «4». А более 40% респондентов в возрасте 31-40 лет отметили как «неуверен», то есть «3». С дальнейшим повышением возрастной группы важность рекламы снижается. Аналогичную тенденцию можно заметить и в случае советов родственников и друзей. Более 60% респондентов молодого возраста (24-30 лет) отметили как согласен, однако большинство респондентов в возрасте 51-60 лет оценили этот фактор сравнительно менее важным (8%). Большинство респондентов указали неуверенность, что банк с иностранным капиталом является основным фактором при выборе банка. Однако большинство респондентов в возрасте от 41 до 50 лет отметили, что иностранный банк предпочтительнее.

#### 4. Заключение

Анализ выбора клиентов имеет большое значение для развития банковского маркетинга. Аналогичные работы распространены во многих странах. Развитие рыночных отношений и конкурентной среды в постсоветских странах повышает актуальность таких исследований. Результаты данного опроса показывают, что наиболее важным фактором влияния на выбор банка со стороны клиентов являются стабильность и качество предоставляемых услуг. Наряду с этим ставки по кредитам и другие характеристики коммерческих банков, такие как количество филиалов и близкое расположение, имеют большое значение. Однако при определении степени важности факторов надо принимать во внимание возрастную категорию респондентов. Использование такой информации на уровне клиентов может способствовать развитию эффективной банковской политики в сфере маркетинга.

1. Dick, A. A. (2002), "Demand Estimation and Consumer Welfare in the Banking Industry", Federal Reserve Board, FEDS Working Paper No. 2002-58.

2. Laith Alrubaiee and Nahla Al-Nazer, (2010), "Investigate the Impact of Relationship Marketing Orientation on Customer Loyalty: The Customer's Perspective", International Journal of Marketing Studies, Vol 2, No 1.

3. Muhamad Jantan, Abdul Razak Kamaruddin and Ong Bian Hoe (1998), "Bank Attributes and Demographic Factors In Determining Customer Choice In Retail Banking: An Analytic Hierarchy Approach", Asian Academy of Management Journal", Vol. 3, No.2.

4. Oya Pinar Ardic and Uygur Yuzereroğlu, 2006, "A Multinomial Logit Model of Bank Choice: An Application to Turkey", [http://www.econ.boun.edu.tr/public\\_html/RePEc/pdf/200602.pdf](http://www.econ.boun.edu.tr/public_html/RePEc/pdf/200602.pdf)