**Содержание**

Введение…………………………………………………………………………...3

1. Общая характеристика банка «Хоум Кредит»…………………………….....7

1.1. Характеристика банка, его структуры и системы управления…………...7

1.2. Маркетинг банковских услуг……………………………………………...12

1.3. Экономический анализ деятельности банка………………………….….29

1.3.1. Анализ финансового состояния коммерческого банка за два года……………………………………………..………………………….……...29

1.3.2. Оценка результатов анализа финансового положения коммерческого банка за два года…………………………………………………………………45

2. Потребительское кредитование на российском рынке……………………..55

2.1. Понятие потребительского кредитования. История создания….……....55

2.2. Виды предлагаемых потребительских услуг…………………………..…74

2.3. Современный рынок потребительских услуг…………….……………...83

3. Анализ деятельности банка на рынке потребительского кредитования, предложения по ее усовершенствованию……………………………………..90

3.1. Виды потребительского кредитования Хоум Банка……………………..90

3.2. Структура кредитного портфеля…………………………………………..98

3.3. Рекомендации по совершенствованию деятельности банка на рынке потребительского кредитования………………………………………………102

Заключение…………………………………………………………………...…108

Список литературы……………………………………………………………..110

Приложение…………………………………………………………………….111

**ВВЕДЕНИЕ**

Банковская система - одна из важнейших и неотъемлемых структур рыночной экономики. Развитие банков, товарного производства и обращения шло параллельно и тесно переплеталось. При этом банки, проводя денежные расчеты, кредитуя хозяйство, выступая посредниками в перераспределении капиталов, существенно повышают общую эффективность производства, способствуют росту производительности общественного труда.

Современная банковская система - это важнейшая сфера национального хозяйства любого развитого государства. Её практическая роль определяется тем, что она управляет в государстве системой платежей и расчетов; большую часть своих коммерческих сделок осуществляет через вклады, инвестиции и кредитные операции; наряду с другими финансовыми посредниками банки направляют сбережения населения к фирмам и производственным структурам. Коммерческие банки, действуя в соответствии с денежно-кредитной политикой государства, регулируют движение денежных потоков, влияя на скорость их оборота, эмиссию, общую массу, включая количество наличных денег, находящихся в обращении. Стабилизация же роста денежной массы - это залог снижения темпов инфляции, обеспечение постоянства уровня цен, при достижении которого рыночные отношения воздействуют на экономику народного хозяйства самым эффективным образом.

Современная банковская система - это сфера многообразных услуг своим клиентам - от традиционных депозитно-ссудных и расчетно-кассовых операций, определяющих основу банковского дела, до новейших форм денежно-кредитных и финансовых инструментов, используемых банковскими структурами (лизинг, факторинг, траст и т.д.).

Наличие товарного производства и денег обусловливает существование и функционирование кредита. С развитием товарного производства кредит становится обязательным атрибутом хозяйствования. Кредит содействует закреплению хозяйственно-финансовой деятельности предприятия, так как он является необходимым условием производственных фондов и фондов обращения в условиях расширенного воспроизводства, даёт возможность беспрерывно совершать процесс оборачивания и как следствие влияет производству и реализации продукции.

На практике оценку финансового состояния банка осуществляют органы государственного регулирования банковской деятельности (в лице Центрального Банка), непосредственно банки и независимые экспертные группы или рейтинговые агентства.

Затяжной характер кризиса вызывает всё новые проблемы. Многие банки пересматривают политику своего развития, перестраивают работу, смещают акценты в деятельности. Банковская система пришла в движение. Волна неплатежей продолжает “подсаживать” банки, в том числе в области потребительского кредитования.

Потребительский кредит очень хорошо стимулирует эффективность труда. Получая заработную плату, недостаточную для покупки за наличный расчёт ряда товаров, в частности предметов длительного пользования, люди имеют возможность покупать эти товары в кредит или брать кредит под их покупку. Впоследствии, деньги за эти товары должны быть выплачены, поэтому каждый, взявший в кредит, старается продержаться на своём рабочем месте, как можно дольше, т.е. на более долгий промежуток времени. Только так он может быть уверенным в своих силах выплатить кредит и зарекомендовать себя перед кредиторами, как честное и добросовестное лицо, для дальнейших связей. Актуальность данной темы состоит в том, что потребительское кредитование продолжает набирать обороты в России. Пожалуй, сегодня уже трудно найти человека, который никогда не слышал о возможности купить что угодно за чужой счет. Устоять перед этим практически невозможно, и банки выдумывают все новые и новые предложения, чтобы завлечь клиентов. кредита.

Данная работа поможет понять, какую роль играет потребительское кредитование для финансовой деятельности банка.

Итак целью исследования является анализ деятельности банка на рынке потребительского кредитования, что соответствует теме дипломной работы.

Задачами будут являться:

- ознакомление с общей характеристикой банка, его структурой и экономическими показателями

- изучение теории потребительского кредитования

- анализ финансового состояния и финансовой деятельности банка

- анализ деятельности банка на рынке потребительского кредитования

- предложение мероприятий по улучшению работы банка и оценка планируемых результатов.

Объектом исследования будет ООО «Хоум кредит энд Финанс Банк».

Основным видом деятельности Банка является предоставление конкурентоспособных продуктов и финансовых услуг в сегменте банковской розницы.

Эмитент осуществляет свою деятельность в 80 регионах Российской Федерации в тесной кооперации с федеральными и региональными партнерами.

Партнерами Банка на рынке потребительского кредитования в настоящее время являются крупные федеральные и региональные торговые сети, а также отдельные магазины столицы и регионов России. Постоянно расширяя партнерскую сеть, Банк делает основной акцент на развитии долгосрочных и взаимовыгодных деловых взаимоотношений с надежными и опытными компаниями. На 30 сентября 2008 количество точек продаж (магазинов), в которых доступны продукты Банка составляет свыше 30 000.

В регионах Российской Федерации работает 93 представительства Банка. Услуги Банка доступны более чем в 115 офисах России, клиентами Банка стало более 15 млн. человек, а объем предоставленных кредитов увеличился на 47,6% до 49,7 млрд. рублей по сравнению с 3 кварталом 2007 года.

Результаты одного из последних исследований уровня удовлетворенности российских потребителей услугами Банка (Market, Brand & Advertising) демонстрируют, что индекс в сегменте кредитования наличными составляет 66 и максимально приблизился к европейскому показателю, который составляет 68.

В соответствии со стратегией развития на региональных рынках и дистрибуции кредитных продуктов в 2005 году Банк начал развитие собственной сети кредитно-кассовых офисов в различных регионах России.

Поэтому Хоум Кредит занимает одну из ведущих позиций в области потребительского кредитования на российском банковском рынке.

**1. Общая характеристика банка «Хоум Кредит»**

**1.1. Характеристика банка, его структуры и системы управления**

Банк "Хоум Кредит" является членом Группы "Хоум Кредит" (Home Credit Group). Компании Группы "Хоум Кредит" осуществляют свою деятельность на финансовых рынках Центральной и Восточной Европы, а также Центральной Азии и Дальнего Востока. Общий объем выданных Группой кредитов на конец 2007 года составил 3,3 млрд евро. Группа "Хоум Кредит" является одним из лидеров на рынках потребительского кредитования Чешской Республики (с 1997 года), Словацкой Республики (с 1999 года), Российской Федерации (с 2002 года) и Республики Казахстан (с декабря 2005 года). В 2006 году Группа "Хоум Кредит" вышла также на рынки Украины, Беларуси, в декабре 2007 года - на рынок Китая.

Группа "Хоум Кредит" является членом группы компаний PPF, основанной в 1991 году и занимающейся страхованием и потребительским кредитованием, а также оказывающей комплексные услуги по управлению активами. За 17 лет своей деятельности группа компаний PPF стала ведущим международным финансовым инвестором, управляющим активами объемом около 8.8 млрд. евро на 30 июня 2008 года.

ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк", один из лидеров российского рынка банковской розницы, работает на российском рынке с 2002 года.

По данным аудированной финансовой отчетности (МСФО) за I полугодие 2008 года активы ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" составили 89,3 млрд. рублей, капитал - 16,2 млрд. рублей, кредитный портфель - 76,2 млрд. рублей. Чистая прибыль по итогам I полугодия 2008 года составила 1,294 млрд. рублей.

По состоянию на 30 июня 2008 года доля Банка на рынке товарного кредитования составила 24%, доля на рынке кредитных карт - 11%. Региональная сеть Банка состоит из 92 представительств, 115 офисов и 2 филиалов на территории России. Банк "Хоум Кредит" предлагает своим клиентам широкое разнообразие кредитных продуктов с различными условиями. Продукты представлены в более чем 32 тыс. магазинах-партнерах в 1200 городах России. Клиентами Банка являются около 14,4 млн человек.

Банк "Хоум Кредит" активно реализует стратегию перехода от монолайновой кредитной организации к универсальному розничному банку. В 2007 году Банк начал прием срочных вкладов в тестовом режиме, а в 2008 году начал системную работу по приему депозитов от населения.

Основа работы Банка в России - принцип ответственного кредитования и прозрачности бизнеса. Благодаря передовым технологиям кредитования Банк предлагает клиентам простые и быстрые решения, объективные условия и стремится к взаимовыгодному партнерству. В Банке принят Кодекс ответственного кредитования.

В апреле 2008 года рамках 4-й ежегодной церемонии награждения премией "Финансовая элита России" Банк "Хоум Кредит" объявлен победителем в номинации "Банк года в сфере потребительского кредитования".

В 2007 году Банк выступил генеральным партнером социального проекта "Дети рисуют!", география которого охватила 7 городов России. Активная работа Банка по решению социально значимых программ страны была отмечена в 2007 году на ежегодной церемонии награждения премией "ПИЛАР", где Банк был объявлен победителем в номинации "Социально ответственная компания".

Успехи Банка были также отмечены в 2007 году профессиональными кругами. По итогам опроса Экспертного совета премии "Финансовый Олимп" Банк был признан лучшим розничным банком в категории "Потенциал и перспектива". По итогам национально банковской премии Банк получил награду в 2 номинациях: "За развитие банковских услуг в регионах России" и как "Информационно открытый банк".

Банк является членом Ассоциации российских банков, Ассоциации региональных банков, Национальной валютной ассоциации, Национальной фондовой ассоциации и Московской международной валютной биржи.

Аудит Банка по международным стандартам финансовой отчетности проводит компания KPMG. Аудит по российским стандартам финансовой отчетности проводит ООО "Финансовые и бухгалтерские консультанты".

Банк входит в систему страхования вкладов под номером 170 в реестре банков-участников системы страхования вкладов.

Home Credit - зарегистрированный знак обслуживания ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк". Лицензия Банка России № 316 от 31 марта 2003 года.

Награды Банка:

- Апрель 2008 - Банк "Хоум Кредит" - "Банк года в сфере потребительского кредитования"

- Декабрь 2007 - Банк "Хоум Кредит" признан "Социально ответственной компанией"

- Декабрь 2007 - Банк "Хоум Кредит" награжден в двух номинациях Национальной банковской премии

- Апрель 2007 - Банк "Хоум Кредит" получил премию "Финансовый олимп"

Основной офис «Центральный» 125040, г. Москва, улица Правды, д. 8, кор. 1. Тел.: (495) 785-82-22, Факс: (495) 785-82-18, e-mail: info@homecredit.ru

Высшим органом банка является общее собрание акционеров, которое должно проходить не реже одного раза в год. На нем присутствуют представители всех акционеров банка на основании доверенности. Общее собрание правомочно решать вынесенные на его рассмотрение вопросы, если в заседании принимает участие не менее трех четвертей акционеров банка.

Общее руководство деятельностью банка осуществляет совет банка. На него возлагаются также наблюдение и контроль за работой правления банка. Состав совета, порядок и сроки выборов его членов определяет общие направления деятельности банка, рассматривает проекты кредитных и других планов банка, утверждает планы доходов и расходов и прибыли банка, рассматривает вопросы об открытии и закрытии филиалов банка и другие вопросы, связанные с деятельностью банка, его взаимоотношениями с клиентами и перспективами развития.

Непосредственно деятельностью коммерческого банка руководит правление. Оно несет ответственность перед общим собранием акционеров и советом банка. Правление состоит из председателя правления (президента), его заместителей (вице-президентов) и других членов.

Заседания правления банка проводятся регулярно. Решения принимаются большинством голосом. При равенстве голосов голос председателя является решающим. Решения правления проводятся в жизнь приказом председателя правления банка. При правлении банка обычно создаются кредитный комитет и ревизионная комиссия.

В функции кредитного комитета входят: разработка кредитной политики банка, структуры привлекаемых средств и их размещения; разработка заключений по предоставлению наиболее крупных ссуд (превышающих установленные лимиты); рассмотрение вопросов, связанных с инвестированием, ведением трастовых операций.

Ревизионная комиссия избирается общим собранием участников и подотчетна совету банка. В состав ревизионной комиссии не могут быть избраны члены совета и правления коммерческого банка. Правление банка предоставляет в распоряжение ревизионной комиссии все необходимые для проведения ревизии материалы. Результаты проведенных проверок комиссия направляет правлению банка.

В целях обеспечения гласности в работе коммерческих банков и доступности информации об их финансовом положении их годовые балансы, утвержденные общим собранием акционеров, а также отчет о прибылях и убытках должны публиковаться в печати (после подтверждения достоверности представленных в них сведений аудиторской организацией).

В целях оперативного кредитно-расчетного обслуживания предприятий и организаций - клиентов банка, территориально удаленных от места расположения коммерческого банка, он может организовывать филиалы и представительства. При этом вопрос об открытии филиала или представительства коммерческого банка должен быть согласован с ГУ ЦБ РФ по месту открытия филиала или представительства.

Филиалами банка считаются обособленные структурные подразделения, расположенные вне места его нахождения и осуществляющие все или часть его функций. Филиал не является юридическим лицом и совершает делегированные ему головным банком операции в пределах, предусмотренных лицензией ЦБ РФ. Он заключает договоры и ведет иную хозяйственную деятельность от имени коммерческого банка, его создавшего.

Представительство является обособленным подразделением коммерческого банка, расположенным вне места его нахождения, не обладающим правами юридического лица и не имеющим самостоятельного баланса. Оно создается для обеспечения представительских функций банка, совершения сделок и иных правовых действий. Представительство не занимается расчетно-кредитным обслуживанием клиентов и не имеет корреспондентского счета. Для осуществления хозяйственных расходов ему открывается текущий счет.

Рассмотрим подробнее руководство ХоумБанка. Оно включает в себя: Совет директоров и Правление.

Иржи Шмейц. Председатель Совета директоров. В ХоумБанке с 2006 года. Обязанности: Бизнес PPF Group в России.

Евгений Бернштам. Заместитель Председателя Совета директоров, Президент. В Хоум Банке с 2007 года. Обязанности: Стратегические вопросы развития Банка, контакты с деловыми кругами, разработка новых проектов.

Юрий Андресов. Член Совета Директоров, Директор банковской сети. В Хоум Банке с 2003 года. Обязанности: Управление и развитие банковской сети, увеличение объемов продаж в регионах, расширение продуктовой линейки, развитие программ потребительского кредитования.

Галина Вайсбанд. Член Совета Директоров, Директор по управлению персоналом. В Хоум Банке с 2007 года. Обязанности: Организация работы Дирекции по управлению персоналом; разработка и реализация стратегии управления персоналом.

Ирина Коликова. Член Совета директоров, Финансовый директор. В Хоум Банке с 2005 года. Обязанности: Курирование финансово-экономической деятельности Банка.

Правление: Владимир Гасяк. Заместитель Председателя Правления, Директор по розничному бизнесу. В Хоум Банке с 2006 года. Обязанности: Разработка и реализация стратегии развития розничного бизнеса, обеспечение качества предоставления клиентам всего комплекса банковских продуктов и услуг.

Дмитрий Мосолов. Заместитель Председателя Правления, Директор по финансовым рынкам. В Хоум Банке с 2002 года. Обязанности: Разработка стратегии привлечения финансирования, казначейские операции, управление активами и пассивами Банка, развитие отношений с инвесторам и финансовыми институтами, как на международном, так и на внутреннем рынках.

**1.2. Маркетинг банковских услуг**

Маркетинг - система мер по повышению конкурентоспособности предприятия с помощью приспособления к требованиям рынка, т.е. к требованиям потребителей.

Задачи маркетинга можно разделить на три группы:

1. аналитические:

- сегментация рынка и выбор сегментов

- исследование потребителей и их мотивов

- изучение конкурентов

- изучение отраслевых, общеэкономических тенденций

- оценка новых продуктов

2. стратегические: разработка маркетинговой политики

3. исполнительные:

- товародвижение

- сбыт

- коммуникации

- сервис

Реализация товаров и услуг — важнейший этап деятельности любого предприятия, работающего в условиях рынка. Банковское дело как вид предпринимательской деятельности не составляет исключения. Целью политики руководства банка и работы всех его служб является привлечение клиентуры, расширение сферы сбыта своих услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, — увеличение получаемой прибыли. Средствами достижения данной цели являются инструменты банковского маркетинга.

Маркетинг в Хоум Банке можно определить как стратегию выявления и использования потребностей общества в услугах банка в коммерческий целях. Глубина проработки отдельных вопросов маркетинга может быть различной в зависимости от масштаба деятельности банка, общей стратегии его развития и квалификации специалистов, занимающихся вопросами маркетинга. В общем случае наиболее полно вопросы маркетинга должны быть разработаны при принятии особенно важных для деятельности банка решений, таких, как планируемое увеличение уставного капитала, расширение географии деятельности банка, в том числе открытие филиалов и представительств, а также других решений, учитывающих значимые изменения в условиях внешней среды и внутренней организации банка. Успешно функционирующая система маркетинга в банке включает следующие основные элементы:- Продукты (услуги)- Сбыт- Рынок- Цены- Продвижение

В рамках современного маркетинга меняются отношения банка и клиента. Если ранее банк предлагал клиентам стандартный набор банковских услуг, то сейчас он вынужден постоянно разрабатывать новые виды банковских продуктов, которые адресованы конкретным группам клиентов – крупным предприятиям, мелким фирмам, отдельным категориям физических лиц и т.д.

Маркетинг в банковской сфере нацеливается на изучение рынка кредитных ресурсов, анализ финансового состояния клиентов и прогнозирование на этой базе возможностей привлечения вкладов в банки, изменений в деятельности банка. Маркетинг направляется на обеспечение условий, способствующих привлечению новых клиентов, расширению сферы банковских услуг, заинтересовывающих клиентов во вложение своих средств в этот банк.

В банке все больше применяется интегрированный маркетинг, целью которого является не только привлечение клиентов, но и постоянное улучшение качества их обслуживания. Специфика интегрированного маркетинга заключается в том, что банк заинтересован не только в привлечении денежных средств клиентов, но и в активном их использовании с помощью эффективного кредитования предприятий, учреждений, государства, населения. Это обуславливает необходимость комплексного развития маркетинга как в сфере отношений банка с вкладчиками, так и в сфере кредитных вложений. Цели банка в этих двух сферах различны: в первой – привлечение клиентов в качестве вкладчиков денежных средств, а во второй – направить кредитные ресурсы банка таким предприятиям, которые использовали их с наибольшей пользой и были бы в состоянии возвратить кредит в установленные сроки.

В рамках маркетинга в банке реализовываться следующие принципы:

1. Направленность действий всех банковских работников на достижение конкретных рыночных целей.
2. Комплексность процесса функционирования маркетинга (маркетинговая информация, планирование, организация и контроль).
3. Единство стратегического и оперативного планирования маркетинга.
4. Разносторонне и масштабное стимулирование творческой активности и инициативы каждого работника банка.
5. Обеспечение заинтересованности каждого работника в постоянном повышении своей квалификации.
6. Создание благоприятного психологического климата в коллективе банка.

Многие из этих принципов перекликаются с принципами менеджмента, которые мы изучали в Теории менеджмента.

Основными задачами маркетинга в банке можно назвать:

1. Обеспечение рентабельной работы банка в постоянно изменяющихся условиях денежного рынка.
2. Повышение ликвидности банка в целях соблюдения интересов кредиторов и вкладчиков, поддержание общественного имиджа банка.
3. Максимальное удовлетворение запросов клиентов по объему, структуре и качеству услуг, оказываемых банком. Это создает условия для устойчивости деловых отношений.
4. Поиск новых потребностей в банковских услугах. Проведение маркетинговых исследований.
5. Привлечение в банк новых клиентов. Поддержание и развитие имиджа банка как надежной, ориентированной на потребности клиента организации.

В соответствии с этими задачами банковский маркетинг ориентируется на достижение высоких количественных, качественных и социальных показателей, таких как количество клиентов банка и их счетов, объем депозитов, кредитных вложений, инвестиций, размеры совершаемых банком операций и услуг, показателей доходов расходов банка, сроки обработки документов, степень удовлетворения клиентов по объему, количеству и качеству услуг.

По своему характеру банковские услуги делятся на кредитные, операционные, инвестиционные и прочие. Кроме того, российские банки развивают и другие операции по поручению клиентов: факторинговые услуги, лизинговые, доверительные, консультационные, информационные и прочие.

Факторинг представляет собой особую форму деятельности на рынке, связанную с взысканием средств с предприятий-покупателей, являющихся клиентами учреждения. Эта деятельность особо популярна и прибыльна для банка в условиях тотальных неплатежей, которые сложились на российском рынке.

Лизинг представляет собой выступление банка в роли арендодателя или посредника между арендодателем и арендатором. При этом арендатор является клиентом банка. Лизинг отличается от обычной аренды тем, что арендатор в итоге выкупает арендуемое имущество. Получается, что лизинг – это покупка товара в рассрочку. Банк, таким образом, дает арендатору кредит на покупку товара, причем товар сразу переходит во владение покупателя.

Доверительные услуги (траст). По договору доверительного управления имуществом одна сторона (учредитель управления) передает другой стороне (доверительному управляющему) на определенный срок имущество в доверительное управление, а другая обязуется осуществлять управление этим имуществом в интересах учредителя управления или указанного им лица (выгодоприобретателя). Объектом доверительного управления может быть в общем случае только имущество учредителя управления. Причем деньги сами по себе не могут быть объектом доверительного управления. В чем же выгода банка от доверительного управления? Дело в том, что с формированием в России рынка ценных бумаг у многих юридических и физических лиц в собственности оказываются ценные бумаги. Собственники ценных бумаг встают перед выбором: либо просто держать ценные бумаги и ждать получения по ним дивидендов или иного дохода, либо передать эти бумаги в доверительное управление банку, чтобы тот, руководствуясь конъюнктурой рынка, получал дополнительный доход по этим ценным бумагам. Доверительное управление делает возможным для мелких держателей ценных бумаг доступ не рынок ценных бумаг, так как банк аккумулирует в своем портфеле ценные бумаги всех учредителей управления, а в этом случае снижаются операционные расходы на операции с ценными бумагами.

При организации службы маркетинга в Хоум Банке тем более встанет необходимость в проведении обширных маркетинговых исследований в этой области. Рассмотрим, какие методы анализа могут использовать банки в процессе проведения маркетингового исследования, и какие виды маркетинговой информации могут быть собраны.

Сбор информации необходим для выявления реального и потенциального рынков коммерческого банка, изучения потребностей и перспектив этого рынка. Для оценки рынка вычисляется доля, принадлежащая банку, в том числе доля рынка займов и депозитов, а также доля рынка отдельных видов услуг; делается сравнение рынка данного коммерческого банка с рынком конкурирующих банков. Проведению данных исследований очень способствует то, что по закону коммерческие банки должны публиковать в открытой печать экономические и финансовые отчеты о хозяйственной деятельности за прошедший год. В частности, уже в течение нескольких лет журналы «Профиль» и «КоммерсантЪ-Деньги» раз в квартал публикуют рейтинги крупнейших и надежнейших коммерческих банков России. Используя эту информацию, можно оценить долю рынка коммерческого банка по сравнению с другими банками.

Банк в настоящее время использует современные информационные технологии для хранения информации и обеспечения ее оборота внутри банка. Наличие единого стандарта для обмена информацией внутри организации позволяет иметь единообразные архивы по различным разделам. Так сотрудник отдела маркетинга может получить уже собранную статистическую информацию о количестве клиентов, видах заказываемых ими услуг, среднем объеме сделки, средней величине депозита, количестве сделок в течение временного периода и тому подобное. Данная унификация позволяет маркетологу избежать трудоемкого процесса сбора данных и привидения их в удобный для анализа вид. Наличие единого формата файлов, содержащих маркетинговую информацию, позволяет автоматизировать процесс ее обработки. Написанная программистами банка программа будет автоматически получать по сети файл, форматировать его, убирать лишние поля с данными, а затем добавлять полученную информацию в единую базу данных, а также вычислять различные коэффициенты, индексы, строить графики.

Подобный подход к сбору маркетинговой информации значительно ускоряет весь процесс маркетингового исследования в банке. Между появлением информации и ее обработкой проходит значительно меньше времени, чем, если бы этот процесс проходил с помощью обычных методов. Такая оперативность позволяет банку быстрее реагировать на изменение внешней среды, вносить изменения в свою деятельность, разрабатывать новые услуги, которые бы полнее удовлетворяли потребности клиентов.

Особую роль для детального анализа рынка имеет его сегментация. В основе сегментации рынка лежит характер банковских услуг (кредитные, операционные, инвестиционные и прочие), и клиентурный признак (юридические и физические лица, корпорации, банки-корреспонденты, государственные органы). На практике применяется также географическая, демографическая, психокультурная и поведенческая сегментации.

В качестве объектов географической сегментации выступают территориальные образования, экономические районы, административные единицы страны, города и микрорайоны городов. Банк обычно концетрирует свое внимание , в первую очередь, на ближайшие рынки.

Демографическая сегментация основывается на социально-профессиональном делении населения, на делении по возрасту, по доходам, по семейному положению и т.д. Банк выявляет интересующие его группы населения и работает с ними для максимального привлечения вкладов, оптимального размещения кредитов. Такого рода сегментация приобретает в России немалое значение в связи с непропорциональным разделением по доходам работников различных отраслей народного хозяйства (например, энергетика и образование, медицина).

#### Поведенческая сегментация проводится на основе изучения досье, имеющегося в банке на каждого клиента. При этом определяется состоянеие счета и характер операций, осуществляемых банком. По своему поведению население может классифицироваться следующим образом: люди, живущие сегодняшним днем; авантюристы; реалисты, недостаточно активные, однако относящиеся с уважением к материальным ценностям; лица, думающие о будущем; очень осторожные люди. Эту информацию можно получить, анализируя оборот по счетам клиентов. Так, недавний финансовый кризис поставил под сомнение надежность вкладов населения в банки, повысил рискованность, но в тоже время и доходность, ценных бумаг, снизил цены на государственные облигации. По поведению клиентов в эти месяцы можно было сказать, кто как реагировал на изменившуюся ситуацию, кто предпочел рисковать, вкладывая деньги, а кто предпочел забрать их из банка. Опять же при этом анализе очень поможет единая информационная система банка.

Сегментация открывает возможность:

* более точно оценить целевой рынок с точки зрения потребностей клиентов;
* выявить преимущества или недостатки деятельности банка в освоении конкретного рынка;
* более отчетливо поставить цели и прогнозировать реальность успешного осуществления маркетинговой программы.

Для проведения сегментации требуется соблюдение следующих условий:

* сегмент должен быть достаточно весомым, чтобы были оправданы операционные расходы банка, связанные с проведением кампании по продвижению новых услуг на рынок.
* ответная реакция на действия банка группы людей или компаний, выбранных в качестве целевого рынка, должна выгодно отличаться от реакции других сегментов.

В клиентурном рынке обычно выделяют пять сегментов:

1. Юридические и физические лица, открывающие счета в банке.
2. Корпорации, финансово-промышленные группы.
3. Банки-корреспонденты.
4. Правительственные и муниципальные органы ( рынок государственных долговых облигаций).
5. Юридические и физические лица как учредители доверительного управления имуществом.

После сегментации рынка банковских услуг банк проводит позиционирование своей услуги в определенном сегменте рынка.

В результате сбора маркетинговой информации отдел маркетинга банка подготавливается к анализу ситуации на рынке. Для проведения анализа отдел маркетинга может использовать самые современные средства исследования рынка, которые есть в распоряжении банка. Те банки, которые проводят на рынке активную политику, направленную на выживание, комплектуют свои аналитические отделы по последнему слову техники. Поскольку мне известны некоторые современные методы, применяемые для анализа в российских банках, то я о них немного расскажу.

Товаром и основной банковской продукцией является услуга. Поэтому банковский маркетинг в вопросе разработки нового товара имеет много общего с маркетингом в сфере услуг. В литературе выделяют следующие особенности услуг как специфических товаров:

1. Услуга не может долго храниться, она может быть потреблена клиентов только в момент ее оказания.
2. Качество услуги нельзя гарантировать заранее, так как каждый раз она оказывается конкретным человеком, а человеку свойственно ошибаться.
3. Каждый раз услуга оказывается по-новому, и поэтому не существует двух совершенно одинаковых услуг.

При разработке нового депозита или кредита Хоум Банк ориентируется на потребности клиентов. Обычно возникновение новой услуги следует за появлением совершенно новой потребности или существенным изменением старой. Выявить новую потребность можно в результате маркетинговых исследований, о которых я уже говорил в предыдущем разделе курсовой работы.

Депозит характеризуется несколькими характеристиками: размером минимального взноса, величиной и постоянством процента, минимальным сроком хранения, условиями дополнительных взносов и снятия денег со счета. Изменяя эти характеристики, можно получить совершенно новый вид услуги. Но так как такая банковская услуга как депозит является продолжительной во времени (имеется ввиду то, что деньги кладут на определенный срок), то банк должен планировать изменения во внешней среде, чтобы, в конце концов, получить прибыль.

При разработке нового вида кредита банк может изменять следующие его характеристики: срок, плата за кредит, условия возврата, обеспечение кредита, условия предоставления кредита, вид расчета. Каждая новая комбинация этих характеристик будет являться новой услугой. Поэтому разработка нового товара в банке, да и вообще в сфере услуг, значительно проще и быстрее, чем в сфере реального производства. Маркетологам не приходится придумывать упаковку товара, товарную марку, оптимальный размер одной покупки и многое другое.

Важное место в системе банковского маркетинга и маркетинга вообще занимает ценовая политика. Возможность снизить цену за услуги и потеснить таким образом конкурентов определяется для банка уровнем затрат и рентабельностью услуги. Бесспорно, что ниже определенного уровня цена опуститься не может, так как операция может стать убыточной.

В маркетинговой деятельности банка цена выполняет исключительно важную роль, которая состоит в обеспечении для него выручки от реализации услуг. Помимо этого цена имеет большое значение для клиентуры, определяя выбор клиентом банка, но при этом нельзя оставлять без внимания и неценовые факторы. Поэтому перед банками особую важность имеет назначение наиболее рациональной цены на оказываемые услуги. Последовательность действий при этом следующая. Сначала определение основных целей маркетинга, как-то: обеспечение выживаемости банка, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства на местном рынке. Затем следует оценка динамики спроса, определение вероятных объемов услуг, которые реально реализовать на рынке в течение конкретного отрезка времени по предполагаемым ценам. При этом, чем не эластичнее спрос, тем выше может быть цена услуг банка. Далее производится оценка изменений суммы издержек банка при различных уровнях объема предоставляемых услуг, исследование цен конкурентов для использования их в качестве ориентира при ценовом позиционировании собственных услуг, а также выбор методов ценообразования.

Важность ценообразования в деятельности банка связана со следующим:

1. Ценообразование является одной из ключевых проблем рыночной экономики, выступая не только гибким инструментом, но и важным рычагом ее управления.
2. Целевая направленность предприятия, ориентированного на маркетинг, отводит цене одно из основных мест в маркетинговой деятельности, так как позволяет формировать прибыль в заданном объеме.
3. Свободное установление цен выдвинуло в России ряд проблем, среди которых критерии, порядок образования цен в новых рыночных условиях, а также порядок регулирования со стороны государственных органов.
4. Методы ценовой конкуренции в условиях становления рыночного механизма в России не исчерпали себя. Поэтому цена способна выступать орудием конкурентной борьбы за рынки сбыта, за потенциальных клиентов, рост объема услуги и так далее.
5. Большинство мелких, средних банков не обладают еще достаточными ресурсами для того, чтобы активно использовать методы неценовой конкуренции.

В процессе формирования цены банком используются методы ценообразования, основанные на учете затрат и на учете спроса. При определении спроса банк должен использовать результаты маркетинговых исследований, проведенных аналитическим отделом.

Чтобы эффективно действовать на рынке банковских услуг, банк не только пассивно изучает требования клиентуры к услугам, но и адаптировать к ним эти услуги. Для этого он осуществляет тесные взаимосвязи со своими клиентами. Среда, в которой происходит функционирование банка, пронизана различными связями, взаимоотношениями, в том числе не только с клиентами, но и с другими банками, Центробанком, различными финансовыми организациями. Для любого банка поэтому столь необходима четкая система взаимосвязей, коммуникаций, которая должна постоянно совершенствоваться в соответствии с изменениями внешней и внутренней среды.

Рассмотрим далее основные средства коммуникации с внешней средой банка.

Public Relations – система мероприятий, направленная на обеспечение взаимопонимания, взаимной доброжелательности банка и общественности.

В рамки PR входит обеспечение общественности информацией о банке, изучение общественного мнения о нем, ориентация деятельности банка с учетом интересов публики, изучение складывающихся тенденций и заблаговременная разработка мер по укреплению авторитета банка, предотвращению возможных конфликтов и непонимания. Цель PR – обеспечение благоприятного мнения о банке, преодоления барьера к нему, его услугам. Уже многие российские банки используют PR в своей деятельности. Для достижения благожелательного отношения общественности к банку используются различные методы. Основные из них:

налаживание отношений с прессой. Поскольку от позиции средств массовой информации, связанных с банком, зависит очень многое, представителям прессы должно оказываться всяческое содействие. Обычно им подготавливаются необходимые информационные материалы, ответы на запросы. Службе маркетинга приходится следить за сведениями о банке, появляющимися в газетах, журналах и т.д., принимать меры к исправлению ошибок в публикациях. Очень эффективны пресс-релизы – краткая насыщенная информация о конкретной проблеме. Действенна также организация поседения банка, его филиалов репортерами;

использование возможностей печати. Опыт убеждает, что при рассылке проспектов банка каждые пакет должен выглядеть так, будто бы его направили только одному адресату;

создание фирменного стиля.

устная пропаганда – яркие, лаконичные, впечатляющие выступления руководителей банка на различных форумах, семинарах, конференциях.

реклама престижа – информация о вкладе банка в улучшение экономики страны, повышение благосостояния людей. Все должны знать, какую пользу он приносит обществу.

исследования общественного мнения, реакции рынка. Сбор, обобщение и анализ относящихся к делу фактов позволят правильно оценить складывающуюся обстановку.

Реклама – это средство информации о банке или услугах, им оказываемых, коммерческая пропаганда потребительских свойств предоставляемых им услуг для клиентуры и достоинств деятельности банка, готовящая активного и потенциального клиента к расширению деловых контактов с банком.

Реклама, занимая особое место в коммуникационной политике, призвана решать наиболее сложную задачу: формировать и стимулировать спрос. Ее можно рассматривать как форму коммуникации, которая имеет цель – перевести качества предоставляемых банком услуг на язык нужд и запросов клиента.

В литературе по банковскому маркетингу говорится, что сфера деятельности рекламы включает в себя:

1. изучение потребителей услуг, которые предстоит рекламировать
2. исследование особенностей рынка, который предстоит освоить
3. стратегическое планирование с точки зрения постановки целей, определения границ рынка, обеспечения ассигнований
4. принятие тактических решений по смете расходов при выборе средств рекламы, разработке графиков публикаций и трансляций объявлений
5. составление рекламных объявлений, включая подготовку текста, макета, художественное оформление и их производство.

Престижная или фирменная реклама представляет достоинства банка, выгодно отличающих его от конкурентов. Цель престижной рекламы – создать среди общественности, и прежде всего среди активных и потенциальных клиентов, привлекательный имидж банка, который вызвал бы доверие к нему самому и предоставляемым им услугам. Престижная реклама подчеркивает заботу банка о клиентуре, о расширении новых, удобных для клиента услуг. Из всех возможностей рекламного дела реклама престижа самая сложная.

Реклама товара представляет донесение до клиентов информации о предоставляемых банком услугах. Выделяют информативную, увещевательную, напоминающую и подкрепляющую рекламы.

Основа работы Хоум Банка – принцип ответственного кредитования и прозрачности бизнеса. Мы не просто выдаем потребителям кредиты – мы стремимся заботиться о своих Клиентах, помогаем решать финансовые вопросы и способствовать росту личного благосостояния.

Являясь членом международной финансовой Группы «Хоум Кредит», ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в своей ежедневной работе использует уникальный международный опыт операционной деятельности Группы на потребительских и финансовых рынках Центральной и Восточной Европы, а также Центральной Азии и Дальнего Востока.

Клиенты Банка предпочитают обращаться в Банк за новыми кредитами и рекомендуют Банк знакомым, потому что в Банке действует Кодекс ответственного кредитования, определяющий подход к разработке кредитных продуктов и стандартов обслуживания Клиентов.

* Выбор кредита и банка – право Клиента

На российском рынке действуют сотни банков, предоставляющих потребительские кредиты. Выбор Клиента – признак профессионализма и эффективной работы любого финансового учреждения. Банк гордится, что его услуги выбрали более 13 миллионов Клиентов по всей России.

* Информационная открытость и дружественность

Банк предоставляет полную информацию об условиях кредита – все рекламные материалы Банка содержат характеристики кредитных продуктов, на сайте Банка действуют калькулятор стоимости кредитных продуктов и словарь банковских терминов, Клиент также может обратиться по любому вопросу в Контактный центр или к консультанту Банка.

* Каждому Клиенту гарантирован индивидуальный подход

Банк предлагает более 100 кредитных продуктов, при этом потребности каждого Клиента индивидуальны. Задача Банка – подобрать конкретный продукт под индивидуальные нужды каждого потребителя. Ответственное отношение к Клиенту, персональный сервис и внимание к любым пожеланиям Клиента – главные требования к работе каждого сотрудника Банка от Калининграда до Магадана.

* Справедливые отношения с Клиентом

Банк рассчитывает на добросовестные отношения с Клиентом и ожидает получать правдивую информацию о финансовых возможностях заемщика. Банк заинтересован в стабильном финансовом состоянии Клиента и готов предоставить финансовые продукты, отвечающие запросам и возможностям Клиента. В то же время Банк гарантирует каждому Клиенту получение исчерпывающей информации об условиях кредита: сроках, ставках, графике погашения и комиссиях.

* Банк предлагает оптимальное кредитное решение в соответствии с финансовыми возможностями Клиента

Принцип работы Банка – эффективное использование финансовых ресурсов. Этим опытом мы готовы поделиться с нашими Клиентами. Для Банка важно, чтобы Клиент остался доволен услугами и стал нашим постоянным клиентом. Как правильно рассчитать личный бюджет, как правильно спланировать график возврата займа – вот те практические советы, которыми Банк делится со своими заемщиками.

* Конфиденциальность и защита личной информации Клиента – превыше всего

Доверие Клиента – самый ценный актив Банка. Клиентская база – основной капитал Банка. Защищать и беречь ее – задача специалистов Банка. Наши Клиенты уверены, что банковская тайна – безусловный приоритет в работе компании на рынке.

* Доступность кредита – залог успешной работы Банка

Россия – приоритетный рынок для развития Группы «Хоум Кредит». Банк инвестирует в экономику России, предлагая россиянам доступные кредиты, и намерен удерживать позиции лидера в своем сегменте. Банк заботится о своих Клиентах, помогает решать финансовые вопросы и способствует росту их личного благосостояния.

* Повышение финансовой грамотности населения – общее дело всего банковского сообщества

Чем большими финансовыми знаниями владеет потребитель, чем больше информации предоставляет о своих финансовых возможностях, тем проще Банку подобрать для него оптимальный кредит с наилучшими условиями. Задача консультантов Банка – предоставить Клиенту в максимально доступной форме информацию по любому финансовому вопросу.

Аналитическую задачу маркетинга выполняет администратор банка путем создания и отправки по электронной почте в конце дня статистики положительных и отрицательных решений о выдаче кредита. На основе этих отчетов банк анализирует свои показатели и проводит мероприятия по повышению числа выдаваемых кредитов.

Стратегическая задача маркетинга банка базируется на совершенствовании кредитных акций в пользу определенного сегмента потребителей кредитных услуг.

Информирование потенциальных клиентов и продвижение кредитных продуктов на рабочем месте администратора осуществляется с помощью следующих мероприятий:

* 1. Наружная уличная реклама с помощью вывесок и рекламных щитов
  2. Внутренняя реклама с помощью информационных материалов, вывесок, наклеек и т.д.

В обязанности администратора в области продвижения кредитных услуг и акций входит:

1. Информирование о кредите потенциальных потребителей в торговом зале

2. Расчет стоимости товара в кредит

3. Консультирование о акциях банка

4. Оказание помощи клиентам банка

Рекламу своих услуг банк обеспечивает через:

- СМИ (в основном рекламные ролики по телевидению)

- Оформление рабочего места кредитного эксперта рекламными вывесками, наклейками, брошюрами, раздаточными материалами

- Участие в спонсорской поддержки массовых общественных, главным образом спортивных мероприятий

- Дарение своим клиентам маленьких подарков с логотипом Хоум Банка (канцелярские принадлежности, календари и все прочее).

**1.3. Экономический анализ деятельности банка**

**1.3.1. Анализ финансового состояния коммерческого банка за два года.**

Таблица 1

Показатели финансово-экономической деятельности Хоум банка (тыс. руб.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателей | За 2007 год | За 2008 год |
| Уставный капитал | 4 173 000 | 4 173 000 |
| Собственные средства (капитал) | 10 518 708 | 18 758 239 |
| Чистая прибыль / (непокрытый убыток) | 2 379 378 | 1 849 303 |
| Рентабельность активов (%) | 4,8 | 2,25 |
| Рентабельность собственных средств (капитала) (%) | 22,6% | 9,86 |
| Привлеченные средства (кредиты, депозиты, клиентские счета и т.д.) | 39 366 692 | 62 773 375 |

Методика расчета показателей:

Для расчета приведенных показателей использовалась методика, рекомендованная Инструкцией Банка России от 10 марта 2006 года №128-И «О правилах выпуска и регистрации кредитными организациями на территории Российской Федерации» и «Положением о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг», утвержденным приказом Федеральной службы по финансовым рынкам от 10 октября 2006 года № 06-117/пз-н.

Методика расчета рентабельности:

- показатель рентабельности капитала определяется как процентное соотношение чистой прибыли, полученной за отчетный период к величине капитала на отчетную дату;

- рентабельность активов определяется как соотношение чистой прибыли, полученной за отчетный период к величине активов (взятых по очищенному балансу) на отчетную дату.

Анализ платежеспособности и финансового положения кредитной организации – эмитента на основе экономического анализа динамики приведенных показателей в сравнении с аналогичным периодом предшествующего года.

Уставный капитал эмитента на 01.10.2008 г. составил 4 173 млн. рублей.

Собственные средства Банка по сравнению с аналогичным периодом 2007 г. увеличились на 8 239 531 тыс. руб. и составили на 01.10.2008 г. 18 758 239 тыс. руб.

Возросшие объемы операций привели к росту привлеченных Эмитентом средств, которые составили на 01.10.2008 г. 62 773 375 тыс. руб., что в 1,6 раза больше в сравнении с данным показателем на 01.10.2007 г.

Чистая прибыль за период с 01.10.2007 г. по 01.10.2008 г. снизилась на 530 075 тыс. руб. Данный факт обусловлен увеличением процентных выплат по привлеченному финансированию, а также увеличением доли административных расходов вследствие продолжающейся экспансии Банка в предыдущие периоды.

В отчетном периоде рентабельность собственных средств (капитала) снизилась до 9,86% против 22,6% в 3 квартале 2007 г. в связи с увеличением собственных средств, а также описанных выше тенденций снижение прибыли Банка.

Кроме того, на эти показатели повлиял глобальный финансовый кризис банковской системы.

Анализ кредиторской задолженности проведем по следующим таблицам:

Таблица 2

Структура кредиторской задолженности Банка с указанием срока исполнения обязательств за третий квартал текущего финансового года.

(тыс. руб.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид кредиторской задолженности | 01.10.2007 | |
| Срок наступления платежа | |
| До 30 дней | Свыше 30 дней |
| Расчеты с валютными и фондовыми биржами | 0 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Расчеты с клиентами по покупке и продаже иностранной валюты | 0 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Обязательства по аккредитивам по иностранным операциям | 0 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Операции по продаже и оплате лотерей | 0 | 0 |
| в том числе просроченная. | 0 | 0 |
| Платежи по приобретению и реализации памятных монет | 0 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Суммы, поступившие на корреспондентские счета до выяснения | 924 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Расчеты с организациями по наличным деньгам (СБ) | 0 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Расчеты с бюджетом по налогам | 15 351 | 19 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| 1 | 2 | 3 |
| Расчеты с внебюджетными фондами по начислениям на заработную плату | 0 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Расчеты с работниками по оплате труда | 7 841 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Расчеты с работниками по подотчетным суммам | 89 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Налог на добавленную стоимость полученный | 0 | 0 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Прочая кредиторская задолженность | 5 013 358 | 37 429 883 |
| в том числе просроченная | 0 | 0 |
| Итого | 5 037 563 | 37 429 902 |
| в том числе итого просроченная | 0 | 0 |

Таблица 3

Кредиторы, на долю которых приходится не менее 10 процентов от общей суммы кредиторской задолженности за последний завершенный отчетный период (на 01.10.2007)

|  |  |
| --- | --- |
| Полное фирменное наименование | Eurasia Capital S.A. |
| Сокращенное наименование | Eurasia Capital S.A. |
| Место нахождения | 1, allee Scheffer L-2520 Luxembourg the Grand Duchy of Luxembourg |
| Сумма кредиторской задолженности, тыс.руб. | 6 861 058 |
| Размер просроченной кредиторской задолженности, тыс.руб. | отсутствуют |
| Условия просроченной кредиторской задолженности | задолженность не является просроченной |
| Является/не является аффилированным лицом Банка | не является |

Просроченная задолженность по платежам в бюджет, внебюджетные фонды и Банку России отсутствует

Таблица 4

Информация о выполнении кредитной организацией – эмитентом нормативов обязательных резервов.

(тыс.руб.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Средства, подлежащие депонированию в Банке России, исходя из установленного норматива обязательного резерва | Фактически внесено обязательных резервов | Подлежит дополнительному перечислению в обязательные резервы | Подлежат возврату излишне перечисленные средства в обязательные резервы |
| 01.10.2007 | 277 716 | 262 055 | 15 661 | - |

У Банка отсутствуют штрафы за нарушение порядка обязательного резервирования за третий квартал 2007 года.

Таблица 5

Структура кредиторской задолженности Банка с указанием срока исполнения обязательств за последний завершенный финансовый год и первый квартал текущего финансового года.

Тыс. руб.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид кредиторской задолженности | 01.10.2008 | |
| Срок наступления платежа | |
| До 30 дней | Свыше 30 дней |
| Расчеты с валютными и фондовыми биржами | 0 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Расчеты с клиентами по покупке и продаже иностранной валюты | 0 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Обязательства по аккредитивам по иностранным операциям | 0 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| 1 | 2 | 3 |
| Операции по продаже и оплате лотерей | 0 | 0 |
| в том числе просроченная. |  |  |
| Платежи по приобретению и реализации памятных монет | 0 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Суммы, поступившие на корреспондентские счета до выяснения | 133 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Расчеты с организациями по наличным деньгам (СБ) | 0 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Расчеты с бюджетом по налогам | 142 558 | 14 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Расчеты с внебюджетными фондами по начислениям на заработную плату | 0 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Расчеты с работниками по оплате труда | 8 674 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Расчеты с работниками по подотчетным суммам | 256 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Налог на добавленную стоимость полученный | 0 | 0 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Прочая кредиторская задолженность | 10 723 535 | 52 313 852 |
| в том числе просроченная |  |  |
| Итого | 10 875 156 | 52 313 866 |
| в том числе итого просроченная |  |  |

**Таблица 6**

Кредиторы, на долю которых приходится не менее 10 процентов от общей суммы кредиторской задолженности за последний завершенный отчетный период (на 01.10.2008)

|  |  |
| --- | --- |
| Полное фирменное наименование | Eurasia Capital S.A. |
| Сокращенное наименование | Eurasia Capital S.A. |
| Место нахождения | 1, allee Scheffer L-2520 Luxembourg the Grand Duchy of Luxembourg |
| Сумма кредиторской задолженности, тыс.руб. | 25 269 425 |
| Размер просроченной кредиторской задолженности, тыс.руб. | задолженность не является просроченной |
| Условия просроченной кредиторской задолженности | - |
| Является/не является аффилированным лицом Банка | не является |

Просроченная задолженность по платежам в бюджет, внебюджетные фонды и Банку России отсутствует.

Таблица 7

Информация о выполнении кредитной организацией – эмитентом нормативов обязательных резервов.

(тыс.руб.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Средства, подлежащие депонированию в Банке России, исходя из установленного норматива обязательного резерва | Фактически внесено обязательных резервов | Подлежит дополнительному перечислению в обязательные резервы | Подлежат возврату излишне перечисленные средства в обязательные резервы |
| 01/10/2008 | 380 732 | 397 546 | 0 | 16 814 |

У Банка отсутствуют штрафы за нарушение порядка обязательного резервирования за отчетный квартал.

Таблица 8

Сведения о совершенных кредитной организацией - эмитентом сделках, в совершении которых имелась заинтересованность

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование показателя | 3 квартал 2008 г. |
| Общее количество и общий объем в денежном выражении совершенных кредитной организацией - эмитентом за отчетный квартал сделок, в совершении которых имелась заинтересованность и которые требовали одобрения уполномоченным органом управления кредитной организации - эмитента, штук / тыс.руб. | 4 / 22 749 333 |
| Количество и объем в денежном выражении совершенных кредитной организацией - эмитентом за отчетный квартал сделок, в совершении которых имелась заинтересованность и которые были одобрены общим собранием участников (акционеров) кредитной организации-эмитента, штук / тыс.руб. | 2 / 20 700 000 |
| Количество и объем в денежном выражении совершенных кредитной организацией - эмитентом за отчетный квартал сделок, в совершении которых имелась заинтересованность и которые были одобрены советом директоров (наблюдательным советом кредитной организации - эмитента), штук / тыс.руб. | 2 / 2 049 333 |
| Количество и объем в денежном выражении совершенных кредитной организацией - эмитентом за отчетный квартал сделок, в совершении которых имелась заинтересованность и которые требовали одобрения, но не были одобрены уполномоченным органом управления кредитной организации - эмитента, штук / тыс.руб. | 0 |

Сделки (группы взаимосвязанных сделок), цена которых составляет 5 и более процентов балансовой стоимости активов кредитной организации - эмитента, определенной по данным ее бухгалтерской отчетности на последнюю отчетную дату перед совершением сделки:

Таблица 9

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата совершения сделки | Предмет сделки и иные существенные условия, стороны сделки | Лицо, заинтересованное в сделке, основание для признания в заинтересованности | Дата принятия решения, Дата составления и № протокола | Наименование органа, одобрившего сделку | Размер сделки, срок исполнения обязательств по сделке, сведения об исполнении указанных обязательств |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 03.09.2008 | Депозитный договор | Home Credit B.V. (участник Банка , доля 99,9919%) | 01.08.2008 г. Протокол № 218 от 01.08.2008 г. | Общее собрание участников | 8 200 000 тыс. руб. (6,5% от балансовой стоимости активов на 01.07.2008 г.), срок исполнения: 07.09.2009 г., обязательство еще не исполнено |

Общий объем в денежном выражении сделок, в совершении которых имелась заинтересованность, совершенных кредитной организацией - эмитентом за последний отчетный квартал: 22 749 333 тыс. руб.

Сделки (группы взаимосвязанных сделок), в совершении которой имелась заинтересованность и решение об одобрении которой советом директоров (наблюдательным советом) или общим собранием акционеров (участников) кредитной организации - эмитента не принималось в случаях, когда такое одобрение является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации: такие сделки отсутствуют.

Исполнение кредитной организацией - эмитентом обязательств по действовавшим в течение 5 последних завершенных финансовых лет либо за каждый завершенный финансовый год, если кредитная организация - эмитент осуществляет свою деятельность менее 5 лет, и действующим на дату окончания отчетного квартала кредитным договорам и/или договорам займа, сумма основного долга по которым составляет 5 и более процентов балансовой стоимости активов кредитной организацией - эмитента на дату окончания последнего завершенного отчетного квартала, предшествующего заключению соответствующего договора, а также иным кредитным договорам и/или договорам займа, которые кредитная организация - эмитент считает для себя существенными.Исполнение кредитной организацией - эмитентом обязательств по каждому выпуску облигаций, совокупная номинальная стоимость которых составляет 5 и более процентов балансовой стоимости активов кредитной организации - эмитента на дату окончания последнего завершенного квартала, предшествующего государственной регистрации отчета об итогах выпуска облигаций, а в случае, если размещение облигаций не завершено или по иным причинам не осуществлена государственная регистрация отчета об итогах их выпуска, - на дату окончания последнего завершенного квартала, предшествующего государственной регистрации выпуска облигаций.

Таблица 11

Исполнение кредитной организацией - эмитентом обязательств

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование обязательства | Наименование кредитора (займодавца) | Сумма основного долга, руб./иностр. валюта | Дата погашения ссуды по договору/  фактический срок погашения (число/месяц/год) | Длительность просроченной задолженности по основному долгу и процентам за весь период кредитования, дней | Максимальная сумма допущенной просроченной задолженности по основному долгу и/или процентам по кредиту (займу) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| кредит | Prvni mestska banka, a.s. | 1 400 000 000 Чешск. крон | 01.03.2004/01.03.2004 | - | - |
| кредит | Prvni mestska banka, a.s. | 600 000 000  Чешск. крон | 15.03.2004/15.03.2004 | - | - |
| кредит | eBanka, a.s. | 1 000 000 000  Чешск. крон | 10.05.2004/10.05.2004 | - | - |
| кредит | Prvni mestska banka, a.s. | 1 400 000 000  Чешск. крон | 07.06.2004/07.06.2004 | - | - |
| кредит | Prvni mestska banka, a.s. | 600 000 000  Чешск. крон | 09.06.2004/09.06.2004 | - | - |
| кредит | ING Bank N.V., London Branch | 1 000 000 000 Руб. | 30.11.2005/30.11.2005 | - | - |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| кредит | Citibank N.A. | 35 000 000 $ | 28.04.2009/02.05.2006 | - | - |
| кредит | Citibank N.A. | 35 000 000 $ | 14.05.2009/26.04.2006 | - | - |
| кредит | Citibank N.A. | 25 000 000 $ | 10.06.2009/24.04.2006 | - | - |
| кредит | ING Bank N.V., London Branch | 40 000 000 $ | 28.02.2005/28.02.2005 | - | - |
| кредит | ING Bank N.V., London Branch | 20 000 000 $ | 28.06.2005/28.06.2005 | - | - |
| заем | Сeska pojistovna a.s | 1 200 000 000  Чешск. крон | 03.12.2004/03.12.2004 | - | - |
| заем | Home Credit B.V. | 3 000 000 000 Руб. | 09.08.2005/09.08.2005 | - | - |
| заем | Home Credit B.V. | 35 000 000 $ | 28.02.2014/- | - | - |
| кредит | PPF Banka a.s. | 650 000 000  Чешск. крон | 16.12.2005/01.06.2005 | - | - |
| кредит | PPF Banka a.s. | 450 000 000  Чешск. крон | 17.01.2005/17.01.2005 | - | - |
| кредит | Home Credit B.V. | 69 400 000 $ | 20.12.2005/05.04.2005 | - | - |
| кредит | ING Bank N.V., London Branch | 60 000 000 $ | 13.09.2009/28.06.2005 | - | - |
| Рублевый облигационный заем ООО "ХКФ Банк" серии 01 | владельцы облигаций, неограниченный круг лиц | 1 500 000 000 Руб. | 16.10.2007/16.10.2007 | - | - |
| заем | Сeska pojistovna a.s | 1 500 000 000  Чешск. крон | 04.02.2005/04.02.2005 | - | - |
| кредит | J.P. Morgan Bank Luxembourg | 150 000 000 $ | 03.02.2008/03.02.2008 | - | - |
| кредит | Сeska pojistovna a.s | 800 000 000  Чешск. крон | 05.05.2005/05.05.2005 | - | - |
| Рублевый облигационный заем ООО "ХКФ Банк" серии 02 | владельцы облигаций, неограниченный круг лиц | 3 000 000 000 Руб. | 11.05.2010/- | - | - |
| кредит | Eurasia Capital S.A. | 275 000 000 $ | 30.06.2008/27.06.2008 | - | - |
| Рублевый облигационный заем ООО "ХКФ Банк" серии 03 | владельцы облигаций, неограниченный круг лиц | 3 000 000 000 Руб. | 16.09.2010/- | - | - |
| Рублевый облигационный заем ООО "ХКФ Банк" серии 04 | владельцы облигаций, неограниченный круг лиц | 3 000 000 000 Руб. | 12.10.2011/- | - | - |
| кредит | HVB A.G.;  ЗАО «АБН АМРО А.О.» | 2 000 000 000 Руб. | 27.08.2007/27.08.2007 | - | - |
| кредит | HVB A.G.;  ЗАО «АБН АМРО А.О.» | 2 000 000 000 Руб. | 27.08.2007/27.08.2007 | - | - |
| кредит | Calyon Rusbank | 1 836 492 000 Руб. | 09.06.2007/09.06.2007 | - | - |
| кредит | Eurasia Capital S.A. | 200 000 000 $ | 11.04.2010/- | - | - |
| кредит | Calyon; Erste Bank AG | 265 000 000 евро | 12.08.2008/12.08.2008- | - | - |
| Рублевый облигационный заем ООО "ХКФ Банк" серии 05 | владельцы облигаций, неограниченный круг лиц | 4 000 000 000 Руб. | 17.04.2011/- |  |  |
| кредит | Eurasia Capital S.A. | 500 000 000 $ | 20.06.2011/- | - | - |
| кредит | Eurasia Capital S.A | 450 000 000 $ | 11.08.2011/- |  |  |

Анализ финансовой деятельности коммерческого банка проведем с помощью финансовой отчетности банка (Приложение), и сведем в следующие таблицы:

Таблица 12

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Результаты финансово-хозяйственной деятельности кредитной организации - эмитента за 2007 год | | | |
| тыс.руб. | | | |
| № п/п | Наименование статьи | 01.10.07 |
| 1 | 2 | 3 |
|  | Проценты, полученные и аналогичные доходы от: |  |
| 1 | Размещения средств в кредитных организациях | 65 322 |
| 2 | Ссуд, предоставленных клиентам (некредитным организациям) | 4 822 473 |
| 3 | Оказание услуг по финансовой аренде (лизингу) | 0 |
| 4 | Ценных бумаг с фиксированным доходом | 70 486 |
| 5 | Других источников | 16 593 |
| 6 | Всего процентов полученных и аналогичных доходов | 4 974 874 |
|  | Проценты, уплаченные и аналогичные расходы по: |  |
| 7 | Привлеченным средствам кредитных организаций | 691 947 |
| 8 | Привлеченным средствам клиентов (некредитных организаций) | 382 977 |
| 9 | Выпущенным долговым обязательствам | 538 799 |
| 10 | Всего процентов уплаченных и аналогичных расходов | 1 613 723 |
| 11 | Чистые процентные и аналогичные доходы | 3 361 151 |
| 12 | Чистые доходы от операций с ценными бумагами | 220 490 |
| 13 | Чистые доходы от операций с иностранной валютой | - 465 911 |
| 14 | Чистые доходы от операций с драгоценными металлами и прочими финансовыми инструментами | 0 |
| 15 | Чистые доходы от переоценки иностранной валюты | 452 852 |
| 16 | Комиссионные доходы | 6 764 901 |
| 1 | 2 | 3 |
| 17 | Комиссионные расходы | 402 231 |
| 18 | Чистые доходы от разовых операций | 988 063 |
| 19 | Прочие чистые операционные доходы | 313 659 |
| 20 | Административно-управленческие расходы | 4 805 665 |
| 21 | Резервы на возможные потери | - 3 321 197 |
| 22 | Прибыль до налогообложения | 3 106 112 |
| 23 | Начисленные налоги (включая налог на прибыль) | 726 734 |
| 24 | Прибыль (убыток) за отчетный период | 2 379 378 |

Таблица 13

Результаты финансово-хозяйственной деятельности кредитной организации – эмитента за 2008 год

тыс.руб.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер п/п | Наименование статьи | 3 квартал 2008 г. |
| 1 | 2 |  |
| 1 | Процентные доходы, всего, | 10 022 087 |
|  | в том числе: |  |
| 1,1 | От размещения средств в кредитных организациях | 59 774 |
| 1,2 | От ссуд, предоставленных клиентам (некредитным организациям) | 9 949 654 |
| 1,3 | От оказания услуг по финансовой аренде (лизингу) | 0 |
| 1,4 | От вложений в ценные бумаги | 12 659 |
| 2 | Процентные расходы, всего, | 3 240 349 |
|  | в том числе: |  |
| 2,1 | По привлеченным средствам кредитных организаций | 494 708 |
| 2,2 | По привлеченным средствам клиентов (некредитных организаций) | 1 877 303 |
| 2,3 | По выпущенным долговым обязательствам | 868 338 |
| 3 | Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) | 6 781 738 |
| 4 | Изменение резерва на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности, а также средствам, размещенным на корреспондентских счетах, всего, | -3 225 957 |
|  | в том числе: |  |
| 4,1 | Изменение резерва на возможные потери по начисленным процентным доходам | -31 876 |
| 5 | Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери | 3 555 781 |
| 6 | Чистые доходы от операций с ценными бумагами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток | 1 143 330 |
| 7 | Чистые доходы от операций с ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи | 0 |
| 8 | Чистые доходы от операций с ценными бумагами, удерживаемыми до погашения | 0 |
| 9 | Чистые доходы от операций с иностранной валютой | -1 396 329 |
| 10 | Чистые доходы от переоценки иностранной валюты | -1 212 839 |
| 11 | Доходы от участия в капитале других юридических лиц | 566 922 |
| 12 | Комиссионные доходы | 12 716 531 |
| 13 | Комиссионные расходы | 719 870 |
| 14 | Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, имеющимся в наличии для продажи | 0 |
| 15 | Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, удерживаемым до погашения | 0 |
| 16 | Изменение резерва по прочим потерям | -619 753 |
| 17 | Прочие операционные доходы | 1 628 016 |
| 18 | Чистые доходы (расходы) | 15 661 789 |
| 19 | Операционные расходы | 11 701 878 |
| 20 | Прибыль до налогообложения | 3 959 911 |
| 21 | Начисленные (уплаченные) налоги | 2 110 608 |
| 22 | Прибыль (убыток) за отчетный период | 1 849 303 |

Экономический анализ прибыльности/убыточности кредитной организации - эмитента исходя из динамики приведенных показателей.

По мнению органов управления Банка (Совета директоров и Правления) финансовое положение можно охарактеризовать как устойчивое.

Чистая прибыль за период с 01.10.2007 г. по 01.10.2008 г. снизилась на 530 075 тыс. руб. Данный факт обусловлен увеличением процентных выплат по привлеченному финансированию, а также увеличением доли административных расходов вследствие продолжающейся экспансии Банка в предыдущие периоды.

К факторам, оказавшим значительное влияние на результаты финансово - хозяйственной деятельности Эмитента, можно отнести увеличении доли Банка в общем объеме потребительского кредитования, а также улучшение качества кредитного портфеля.

Факторы, оказавшие влияние на изменение размера прибыли (убытков) кредитной организации - эмитента от основной деятельности

По оценке органов управления Банка (Совета директоров и Правления) чистая прибыль по состоянию на 01.10.2007 г. по 01.10.2008 г. снизилась на 530 075 тыс. руб. по сравнению с соответствующим отчетным периодом 200 г.

К внешним факторам, влияющим на деятельность Банка, можно отнести:

* значительное увеличение стоимости заимствований как на локальном, так и на международном рынках для российских эмитентов в связи с кризисом ликвидности на международных рынках, вызванным обстановкой на ипотечном рынке в США.
* рост курса доллара США по отношению к рублю с 23,45 до 25,25 за период с 31.07.2008 г. и 30.09.2008 г. соответственно.
* снижение курса Евро по отношению к рублю с 36,53 руб. до 35,88 за период с 31.07.2008 г. и 30.09.2008 г. соответственно.

Из решений органов государственной власти, оказавших влияние на финансовый деятельность, следует отметить изменение требований к обязательным резервам, размещенным в ЦБ - их снижение позволило Банку распоряжаться высвобожденными средствами, вкладывая их в основную деятельность.

При сохранении существующих тенденций в экономике и развитии Банка, его прибыль в перспективе будет увеличиваться.

**1.3.2. Оценка результатов анализа финансового положения коммерческого банка за два года.**

Благоприятные в целом макроэкономические условия последних пяти лет создали основу для высоких темпов роста банковской системы, усилился интерес инвесторов к российскому банковскому сектору.

Наиболее важными тенденциями в российском банковском секторе являются следующие:

1. Укрупнение банковского сектора.

В условиях замедления экономики страны и сохраняющейся напряженности на рынках капитала данная тенденция является преобладающей. Укрупнение банковского сектора России идет по 3 основным направлениям:

- поглощение крупными банками (в основном с государственным участием) средних и мелких игроков;

- увеличение собственного капитала;

- отзыв ЦБ РФ лицензий, преимущественно у мелких банков.

2. Упрочивается положение госбанков.

3. Низкий уровень проникновения банковского сектора в экономику России.

Проникновение банковского сектора в экономику России (отношение банковских активов к ВВП) остается незначительным даже по сравнению со странами Восточной Европы и Казахстаном. Еще более впечатляющим является разрыв по сравнению с Западной Европой, в странах которой это отношение превосходит 150%.

Низкий уровень проникновения банковского сектора в экономику позволяет ему сохранять высокий потенциал роста.

Среди негативных тенденций, которые необходимо учитывать при прогнозировании тенденций развития ситуации в банковском секторе, можно выделить следующие.

Хотя российская банковская система и находится на периферии мирового финансового рынка, глобальный кризис ликвидности и переоценка риска оказали существенное влияние на российские банки, снизив темпы их роста, и привел к дефициту ликвидности в России. До августа 2007 г. приток иностранного капитала был основным источником роста российского банковского сектора. Оскудение этого источника снизило темп роста капитала и банковских активов, включая кредитные портфели. Замедление роста банков тормозит рост экономики.

Переоценка рисков банковского сектора вывела на первое место риск ликвидности, обошедший прежних лидеров - кредитный риск и риск регулирования. Рост волатильности финансового рынка усиливает роль процентного и валютного риска.

Удвоение объема потребительских кредитов на протяжении пяти последних лет ведет к накоплению в банковской системе высокого уровня кредитных рисков, которое, по мнению Банка России, пока не носит системного характера, но в случае экономического спада может явиться катализатором серьезного банковского кризиса.

Наблюдается ускорение роста просроченной задолженности по кредитам населению. Этот показатель непрерывно рос на протяжении последних лет, в результате чего он увеличился за пять лет в 50 раз (с 1,9 млрд. рублей на начало 2003 года).

Вместе с тем аналитики рынка прогнозируют, что в будущем уровень просроченной задолженности в целом по банковскому сектору стабилизируются и будет иметь тенденцию к дальнейшему снижению вследствие совершенствования систем управления рисками на основе накопленного опыта, статистики, а также повышения уровня финансовой грамотности населения.

Эмитент начал осуществлять деятельность в области потребительского кредитования населения, начиная с марта 2002 г.

Банк входит в число кредитных организаций России, получивших рейтинги более чем одного международного рейтингового агентства.

02.12.2005 года Moody's Interfax Rating Agency присвоило Банку рейтинг по национальной шкале на уровне Аа3.ru. Одновременно Moody's Investors Service подтвердило текущие рейтинги Банка по глобальной шкале: рейтинги по долгосрочным и краткосрочным депозитам в иностранной валюте Ba3 и NP, соответственно, и рейтинг финансовой устойчивости Банка D-. Прогноз всех рейтингов по глобальной шкале оставлен как "Стабильный". 30.10.2007 г. Moody's подтвердило рейтинг Банка на уровне Ba3/NP/D-; прогноз рейтинга – Стабильный.

Международное рейтинговое агентство Standard & Poor's 04.05.2007 года повысило долгосрочные кредитный рейтинг с «В/С» до «В+/В», прогноз — «Стабильный», рейтинг Банка был также подтвержден Standard & Poor's в апреле 2008 года. В октябре 2008 Standard & Poor's снизило прогноз рейтинга порядка 50 российским банкам и компаниям, среди которых – ХКФ Банк. Пересмотр прогнозов отражает растущую озабоченность рейтингового агентства относительно возможного негативного влияния нынешней турбулентности на внутреннем и внешнем рынках на основополагающие финансовые и коммерческие характеристики многих финансовых организаций в России. В октябре 2008 Standard & Poor's тажке снизило рейтинг России – со «стабильного» на «негативный».

При этом рейтинги Банка остались неизменными.

Подтверждение рейтингов в апреле 2008 года отражает ожидаемую поддержку со стороны собственника банка - PPF Group N.V., для которой Банк является стратегически важным активом в группе PPF, и это оказывает благоприятное влияние на капитализацию, фондирование, риск-менеджмент и IT-технологии банка.

Уровень рейтингов Банк сдерживается низкой, хотя и растущей, рентабельностью банка, короткой историей его деятельности на недостаточно развитом, но быстрорастущем рынке потребительского кредитования России и слабой диверсификацией ресурсной базы.

Среди позитивных факторов - хорошая капитализация и увеличивающиеся объемы бизнеса, стимулируемого растущей экономикой России, а также продолжающаяся сильная поддержка со стороны материнской компании PPF Group.

Устойчивый рост основных показателей деятельности Банка и сохранение его рейтинговых оценок является следствием адекватности реализуемой стратегии развития внешним и внутренним факторам.

Рейтинг финансовой устойчивости (Bank Financial Strength Ratings, BFSRs), подтвержденный Moody's, отражает мнение рейтингового агентства относительно внутренней надежности и прочности Банка, за исключением определенных внешних кредитных рисков и сопутствующих им факторов. Следующие характеристики были приняты к рассмотрению при присвоении рейтинга BFSRs: развивающаяся дистрибьюторская сеть, через которую предоставляются потребительские кредиты, (i) возможность Банка осуществлять перекрестные продажи, учитывая позицию Банка как одного из крупнейших игроков этого сегмента, а также его узнаваемость в России, (ii) широкий и растущий географический охват, который в будущем позволит предотвратить давление со стороны конкурентов, (iii) преимущество высокого уровня капитализации, позволяющее справиться с возможными колебаниями качества активов, (iv) усиление системы риск-менеджмента, (v) продолжающая поддержка акционеров. Высокий уровень диверсификации портфеля и незначительное влияние взаимосвязанных сторон также поддерживают рейтинг BFSR.

В результате постоянного совершенствования систем риск-менеджмента Банк сохранил положительную динамику в снижении уровня просроченной задолженности (NPL) с 11,9% в начале 2008 году до 9,3% по состоянию на 30 июня 2008.

Банк продолжает активно развиваться из монопродуктового банка в полноценный розничный банк, делая акцент на таких направлениях банковской деятельности, как кредитные карты и кредиты наличными. Банк также начал активно развитие своей депозитной базы – начав с пилотного проекта в г. Москва. В настоящий момент возможность открытия депозита в ХКФБ предоставляется в 20 городах России.

Ориентация на качественное улучшение стандартов клиентского обслуживания и удовлетворение потребительских требований лежат в основе успешной деятельности Банка. Банк является вторым по величине игроком в сегментах потребительских кредитов и кредитных карт. На конец отчетного периода доля кредитов наличными в портфеле Банка составила свыше 15%, доля кредитных карт – порядка 30%.

Основные существующие и предполагаемые конкуренты кредитной организации - эмитента по основным видам деятельности, включая конкурентов за рубежом.

Банк уверенно держится в группе лидеров в сегментах товарного кредитования и кредитных карт, являясь вторым крупнейшим игроком в сегменте товарного кредитования и на рынке кредитных карт. Основными конкурентами банка на рынке товарных кредитов являются ЗАО «Банк Русский Стандарт», ОАО АКБ «РОСБАНК», ОАО «ОТП Банк», ЗАО «КРЕДИТ ЕВРОПА БАНК», ОАО «Альфа-Банк», ОАО «УРСА Банк», КБ «Ренессанс Капитал» (ООО).

На рынке кредитных карт с Банком конкурируют ЗАО «Банк Русский Стандарт», ЗАО КБ «Ситибанк», ОАО «ОТП Банк», GE Money Bank, ОАО «Альфа-Банк», ОАО АКБ «АВАНГАРД», ОАО «Банк Москвы», ОАО АКБ «РОСБАНК».

Основными «игроками» на рынке нецелевых кредитов, на который Home Credit вышел в 2006 году, являются «Сбербанк России» ОАО, АКБ «РОСБАНК», ОАО «Россельхозбанк», Raiffeisen Group, ОАО «УРАЛСИБ», Группа ВТБ, ОАО «Банк Москвы» и ЗАО КБ «Ситибанк».

Перечень факторов конкурентоспособности кредитной организации - эмитента с описанием степени их влияния на конкурентоспособность оказываемых услуг.

Основные факторы конкурентоспособности Банка:

- наличие международных рейтингов, позволяющее получать более высокую оценку контрагентов в отношении платежеспособности, что облегчает доступ к ресурсам.

- диверсифицированная ресурсная база, позволяющая оптимизировать цену и объем привлекаемых средств,

- постоянная поддержка со стороны сильной финансовой группы компаний - PPF Group и Home Credit Group, имеющих богатый и успешный опыт работы на рынках банковской розницы в странах Центральной и Восточной Европы,

- собственная скоринговая система оценки платежеспособности клиента, система риск-менджмента и работы с просроченной задолженностью, которые постоянно совершенствуется в зависимости от бизнес-задач эмитента,

- оперативность принятия решений, высокий уровень обслуживания, позволяющий привлекать клиентов в условиях жесткой конкуренции;

- широкая сеть продаж, присутствие в большинстве регионов РФ;

- широкий выбор банковских продуктов и услуг в сегменте банковской розницы;

- широкая сеть пунктов приема платежей по всей России (отделения Почты России, Сбербанка, собственные офисы эмитента);

- круглосуточный телефонный информационно-справочный центр;

- высокая узнаваемость бренда Home Credit в России.

Показатели ликвидности представлены в таблице 14:

Таблица 14

Ликвидность кредитной организации - эмитента, достаточность собственных средств (капитала)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  |  |  | Дата 01.10.2008 |
| Условное обозначение норматива | Название норматива | | | Допустимое значение норматива | Фактическое значение норматива |
| H1 | Достаточности капитала | | | Min 10% (K>5 млн.евро) | 20.33 |
| Н2 | Мгновенной ликвидности | | | Min 15% | 28.52 |
| Н3 | Текущей ликвидности | | | Min 50% | 127.52 |
| Н4 | Долгосрочной ликвидности | | | Max 120% | 34.71 |
| Н5 | Общей ликвидности | | | Min 20% | отменен |
| Н6 | Максимальный размер риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков | | | Max 25% | 17.96 |
| Н7 | Максимальный размер крупных кредитных рисков | | | Max 800% | 45.94 |
| H9.1 | Максимальный размер кредитов, банковских гарантий и поручительств, предоставленных акционерам (участникам) | | | Max 50% | 0.00 |
| H10.1 | Совокупная величина риска по инсайдерам | | | Max 3% | 0.15 |
| H12 | Использование собственных средств для приобретения акций (долей) др. юр. лиц | | | Max 25% | 0.00 |

Все обязательные нормативы Банком выполняются.

Экономический анализ ликвидности и платежеспособности кредитной организации - эмитента, достаточности собственного капитала кредитной организации - эмитента для исполнения краткосрочных обязательств и покрытия текущих операционных расходов кредитной организации - эмитента на основе экономического анализа динамики приведенных показателей.

Ликвидность кредитной организации и достаточность капитала контролируется Банком России нормативами мгновенной и текущей ликвидности Н2, Н3, Н4 и нормативом достаточности капитала Н1 соответственно.

По состоянию на 01.10.2008 г. норматив достаточности капитала составил 20,33%, что превышает более чем в 2 раза требуемый Банком России минимальный уровень.

В течение отчетного квартала Банк полностью соблюдал нормативы, характеризующие его ликвидность. Значение нормативов Н2 и Н3 равно 28,52% и 127,52% соответственно, что выше минимально необходимых показателей, а значение норматива Н4 – 34,71% – более чем в 3 раза ниже максимально допустимого значения.

В целом, стратегия деятельности Банка направлена на достижение оптимального соотношения между ликвидностью, доходностью и рисками. В своей деятельности Банк придерживается соблюдения всех пруденциальных норм, установленных Банком России.

Общие тенденции развития рынка банковских услуг, наиболее важные для кредитной организации – эмитента

Основными положительными тенденциями развития рынка банковских услуг, важными для Банка являются:

* рост активов банков;
* улучшение качества кредитного портфеля (уменьшение просроченной задолженности);
* стабильный и прибыльный рост.

Возможные факторы, которые могут негативно повлиять на основную деятельность кредитной организации - эмитента, и возможные действия кредитной организации - эмитента по уменьшению такого влияния

Результаты деятельности в значительной степени зависят от общеотраслевых тенденций, таким образом, среди факторов, существенным образом влияющих на результаты деятельности Банка можно отметить:

- Общее состояние экономики и банковского сектора в частности. В ближайшем будущем вероятность существенного ухудшения данных параметров оценивается как низкая, хотя в отдаленной перспективе снижение цен на нефть, ухудшение кредитоспособности предприятий реального сектора экономики и физических лиц могут негативно повлиять на состояние банковского сектора в целом и Банка в частности.

- Высокая вероятность роста конкуренции в банковском секторе. Влияние данного фактора на деятельность Банка выражается в снижении доходности банковских операций и роста расходов. Активизация борьбы за клиентов ценовыми методами и повышение вероятности «неблагоприятного отбора» заемщиков в сочетании с необходимостью поддержания процентных ставок по привлеченным средствам на привлекательном для клиентов уровне влечет снижение прибыли банков. Поскольку рост конкуренции происходит постепенно, вероятность резкого снижения показателей Банка за счет действия данного фактора невелика.

- Высокая вероятность роста затрат Банка. Увеличение затрат связано с развитием филиальной сети, кадровым обеспечением деятельности Банка, технологическим развитием.

Наличие разветвленной филиальной сети в перспективе будет являться одним из условий высокой конкурентоспособности Банка, затраты на ее создание и развитие в настоящее время уменьшают прибыль Банка, однако в перспективе будут способствовать росту доходов.

- Необходимость увеличения затрат на персонал связана с общими тенденциями роста заработных плат в банковском секторе и необходимостью увеличения численности персонала для обслуживания все более значительного объема операций Банка.

- Технологическое развитие Банка требует затрат на приобретение новой техники и технологий, наличие которых так же является непременным условием сохранения конкурентоспособности. Решения, связанные с увеличением расходов Банка тщательно анализируются на предмет их возможного влияния на результаты деятельности как в ближайшей так и в отдаленной перспективе с целью минимизации рисков.

Существенные события/факторы, которые могут улучшить результаты деятельности кредитной организации - эмитента, и вероятность их наступления, а также продолжительность их действия.

Для реализации своих целей эмитент ставит перед собой следующие основные задачи:

1. Расширение перечня и усовершенствование предлагаемых клиентам продуктов и услуг;

2. Развитие каналов дистрибуции, посредством открытия новых представительств и кредитно-кассовых офисов в регионах страны, укрепления отношений с действующими партнерами;

3. Постоянное совершенствование методик и процедур работы с просроченной задолженностью;

4. Развитие бренда: создание на рынке банковских услуг образа Банка, позволяющего клиентам дифференцировать его услуги от услуг конкурентов.

**2. Потребительское кредитование на российском рынке**

**2.1. Понятие потребительского кредитования. История создания**

По сути потребительский кредит – это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера (плата за обучение, медицинское обслуживание и т.п.).

«В потребительском кредите заемщиком называют физическое лицо, практически любой человек может выступать как заемщик по потребительскому кредитованию. Кредитор – это организация, которая предоставляет заемщику потребительский кредит, им может быть магазин, любое торговое предприятие, банк или специализированное кредитное учреждение. Разница между кредитором – торговым предприятием и кредитором – банком в том, что первый предоставляет заемщику товар с возможностью оплаты его по частям, а второй дает деньги на покупку товара, которые потом частями возвращаются.

В основном потребительский кредит актуален при приобретении товаров дорогих или длительного пользования. К ним относятся авто, дорогая бытовая техника, мебель.» - рассуждает главный редактор журнала «Финансовый эксперт» Диана Муромцева.

«Потребительский кредит - это кредит с целью использования денежных средств в потребительских целях. Потребительские цели - это цели, не связанные с предпринимательской деятельностью. Например, это могут быть кредиты на покупку товаров длительного пользования: мобильных телефонов, мебели, бытовой техники, автомобилей. Также возможен потребительский кредит с целью оплаты различных услуг (медицинских, образовательных, туристических). Возможно предоставление денежного потребительского кредита, который заемщик использует по своему усмотрению. Кредитором может быть либо торгово-сервисная организация, либо кредитная организация. Заемщиком является физическое лицо (потребитель). На практике, потребительские кредиты предоставляют в основном банки. Для торгово-сервисных организаций предоставление потребительского кредита - не всегда выгодно, во-первых, потому, что они очень часто нуждаются в пополнении оборотных средств, во-вторых, предоставление потребительских кредитов неизбежно влечет увеличение издержек предприятия (например, придется организовывать службу взыскания задолженности, нужно будет дополнительно закупать необходимое программное обеспечение и т.д.); фактически торгово-сервисной организации придется заниматься непрофильной деятельностью, ведь предоставление кредитов обычно прерогатива банков.» - расссказал Сергей Смирнов - директор Института социальной политики ГУ-ВШЭ

«Потребительский кредит - это кредит с целью использования денежных средств в потребительских целях. Кредитором может быть либо торгово-сервисная организация, либо кредитная организация (банк). Заемщиком является физическое лицо (потребитель). Потребительские кредиты выдаются на срок от трех месяцев до пяти лет. Потребительские цели - те, что не связаны с предпринимательской деятельностью. Это могут быть кредиты на покупку товаров длительного пользования. Кроме того возможен потребительский кредит с целью оплаты различных услуг (медицинских, образовательных, туристических). Практикуется также предоставление денежного потребительского кредита, который заемщик использует по своему усмотрению. Потребительское кредитование занимает лидирующее положение среди других видов кредитования частных лиц. Банк не отслеживает, на какие именно цели клиент тратит полученные деньги. Именно поэтому потребительский кредит – отличный способ для решения насущных проблем. Предоставлять потребительские кредиты выгоднее банкам, чем торговым организациям. Для последних потребительский кредит не всегда является удобным: это неизбежно влечет за собой увеличение издержек предприятия. Так, придется организовывать службу взыскания задолженности, нужно будет дополнительно закупать необходимое программное обеспечение и прочее. Выходит, что торгово-сервисной организации придется заниматься непрофильной деятельностью. Именно поэтому предоставление кредитов было и остается прерогативой банков. Постоянная регистрация в регионе присутствия банка является обязательным условием для получения потребительского кредита. Тем не менее, есть банки, которые предоставляют потребительский кредит заемщикам с временной регистрацией. Вместе с тем вероятность получить отказ в этом случае будет выше.» - мнение Евгений Ясин, научный руководитель ГУ "Высшая школа экономики".

«Потребительский кредит – это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера. Потребительский кредит можно использовать как угодно, например, для приобретения машины или бытовой техники, туристической поездки и т.д. В любом случае никакого отчета в Банк о том, как потрачены средства, предоставлять не надо. При этом, потребительские кредиты выдают подавляющее большинство российских банков, работающих с физическими лицами. Для получения потребительского кредита вам не нужно закладывать в банке имущество, оформлять страховку, обращаться в лизинговую компанию или предоставлять гарантии со стороны третьих лиц. Вам необходимо лишь прийти в банк со справкой от работодателя о ваших доходах за какой-то промежуток времени (как правило это 6 месяцев). В современной России потребительский кредит становится все более удобным и востребованным. Условия получения улучшаются, суммы кредитов увеличиваются, а проценты становятся меньше. В первую очередь эта тенденция обусловлена легкостью в получении данного вида кредита и относительно небольшими процентами по нему. С одной стороны, потребительские кредиты имеют ряд преимуществ: возможность получить те вещи, которых без использования кредита пришлось бы очень долго ждать или которые были бы просто не доступны, кредит позволяет оплачивать непредвиденные срочные расходы (ремонт автомобиля, квартиры, оплата отпуска), осуществление платежа между банком и какой либо организацией или единовременное предоставление средств клиенту намного безопаснее. Но, как известно, все в этом мире несовершенно, и, к сожалению, данная тенденция не миновала и потребительские кредиты. Во-первых, практически все банки обращают внимание на то, сколько времени заемщик работает на последнем месте. Желательно, чтобы этот срок был не менее 3–6 месяцев. Некоторые банки ставят условие, чтобы общий трудовой стаж клиента был не менее трех лет. Потенциальный заемщик должен иметь прописку или регистрацию в том городе, где он намерен взять кредит, а также стационарный телефон у себя в квартире. К тому же, помимо стандартных условий, у каждого банка могут оказаться свои специфические требования. "МДМ-банк" требует, чтобы ребенок потенциальной заемщицы был старше шести месяцев. В "Райффайзенбанке" и "Пробизнесбанке" обязательно нужно застраховать жизнь и трудоспособность в одной из страховых компаний, рекомендуемых банком. Но пожалуй самым большим недостатком потребительских кредитов является неподготовленность населения к тому, что так легко доставшиеся вещи или услуги потом придется длительное время оплачивать и неумение расчитать приемлимый для выплат уровень займов (что обусловленно как низкой финансовой культурой большинства россиян так и нестабильностью экономической ситуации), что в перспективе грозит серьезными проблемами не только плательщикам кредитов, но и банкам предоставляющим данный вид кредитования.» - рассказал Сергей Сулимов, заместитель генерального директора управляющей компании «Альянс РОСНО Управление Активами».

«Кредит на потребительские нужды, или как его еще называют проще, потребительский кредит – это кредитование физических лиц с целью покупки необходимых товаров небольшой стоимости (обычно до 100000 тысяч рублей). Обычно ситуация состоит в следующем. Вам не хватает 10000, 20000, 30000 рублей на покупку какой-либо мебели, бытовой техники, компьютера и т.д. В магазинах или салонах, где все это можно купить, вы можете увидеть за столиками различных представителей банков, которые предложат вам купить нужный товар в кредит. Процедура оформления подобного кредитования очень удобная, простая и занимает 15-30 минут. Алгоритм покупки товара в кредит на потребительские нужды примерно следующий:

выбираете нужную вам вещь, например, телевизор;

подходите к представителю банка;

заполняете анкету, где отвечаете на вопросы, такие как, сумма стоимости товара, предпочитаемый срок кредитования, уровень среднемесячной заработной платы, паспортные данные и т.д.;

представитель банка принимает решение о предоставлении кредита на потребительские нужды,

после немедленного составления кредитного договора и подписи сторон, вы уходите из магазина с телевизором,

в вашу обязанность отныне войдет ежемесячное внесение необходимых платежей и погашение кредита.

Помимо всего этого представитель банка объяснит и подробно расскажет, как именно, где, в каких отделениях банка (возможно через почтовые отделения или терминалы оплаты), вам следует погашать кредит и в какие сроки. Ко всему этому, чтобы вы не забыли о погашении кредита, представитель банка распечатает для вас график погашения кредита. В принципе это основная схема оформления и получения кредита на потребительские нужды. Далее вы может ознакомиться с особенностями кредита на потребительские нужды, на которые вам следует обратить внимание при принятии решения о том, брать или не брать кредит на потребительские нужды.» - рассказал Дмитрий Климов, начальник отдела маркетинга и PR УК «Русь-Капитал».

Таким образом в отличие от других кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Товарами, продаваемыми в кредит, как и оплачиваемыми за счёт банковских ссуд, являются предметы потребления длительного пользова­ния. Субъектами кредита, с одной стороны, выступают кредиторы, в данном случае – это коммерческие банки, специальные учреждения потребительского кредита, магазины, сберкассы и другие предприятия, а с другой стороны – заемщики – люди. Во Франции около 1/4 всего потребительского кредита предоставляется банками и 3/4 – специализированными кредитными учреждениями. Но поскольку последние получают необходимые им средства в большей мере за счёт банковских ссуд, то фактически 9/10 всей суммы потребительского кредита предоставляется банками. Погашается потребительский кредит в разовом порядке или с расчётного платежа.

1. Кредит с разовым погашением. Сюда относятся текущие счета, открываемые покупателем на срок 11,5 месяца в универмагах и других предприятиях розничной торговли; в пределах предоставленных кредитов они покупают товары и, по истечении установленного срока, единовременно погашают свою задолженность. Потребительский кредит с разовым погашением включает также кредиты в виде отсрочки платежа (за услуги коммунальных предприятий, врачей и медицинских учреждений).
2. Кредит с рассрочкой платежа, основная часть потребительского кредита (в США – 3/4 всей его суммы) составляют кредиты с рассрочкой платежа.

Через различные формы потребительского кредита обслуживается всё возрастающая доля розничного товарооборота.

Возможность возникновения и развития кредита связаны с кругооборотом и оборотом капитала. В процессе движения основного и оборотного капитала происходит высвобождение ресурсов. Средства труда используются в процессе производства длительное время, их стоимость переносится на стоимость готовой продукции частями. Постепенные восстановление стоимости основного капитала в денежной форме приводит к тому, что высвобождающиеся денежные средства оседают на счетах предприятий. Вместе с тем на другом полюсе возникает потребность в замене изношенных средств труда и достаточно крупных единовременных затратах. Аналогичные по своему характеру процессы происходят и в движении оборотного капитала. Более того, здесь колебания в кругообороте и обороте проявляют себя более разнообразно. Так, в силу сезонности производства, неравномерных поставок и другого происходит несовпадение времени создания и обращения продукции. У одних субъектов появляется временный избыток средств, у других их недостаток. Это создаёт возможность возникновения кредитных отношений, то есть кредит разрешает относительное противоречие между временным оседанием средств и необходимостью, их использования в хозяйстве.

Кредитные отношения в экономике базируются на определенной методологической основе, одним из элементов которой выступают принципы, строго соблюдаемые при практической организации любой операции на рынке ссудных капиталов.

Принципы потребительского кредитования:

1. Возвратность кредита.

Этот принцип выражает необходимость своевременного возврата полученных от кредитора финансовых ресурсов после завершения их использования заемщиком. Он находит свое практическое выражение в погашении конкретной ссуды путем перечисления соответствующей суммы денежных средств на счет предоставившей ее кредитной организации (или иного кредитора), что обеспечивает возобновляемость кредитных ресурсов банка как необходимого условия продолжения его уставной деятельности. В отечественной практике кредитования в условиях централизованной плановой экономики существовало неофициальное понятие «безвозвратная ссуда». Эта форма кредитования имела достаточно широкое распространение, особенно в аграрном секторе, и выражалась в предоставлении государственными кредитными учреждениями ссуд, возврат которых изначально не планировался из-за кризисного финансового состояния заемщика. По своей экономической сущности безвозвратные ссуды являлись скорее дополнительной формой бюджетных субсидий, осуществляемых через посредничество государственного банка, что традиционно осложняло кредитное планирование и вело к постоянной фальсификации расходной части бюджета. В условиях рыночной экономики понятие безвозвратной ссуды столь же недопустимо, как, например, понятие "плановоубыточное частное предприятие".

2. Срочность кредита

Он отражает необходимость его возврата не в любое приемлемое для заемщика время, а в точно определенный срок, зафиксированный в кредитном договоре или заменяющем его документе. Нарушение указанного условия является для кредитора достаточным основанием для применения к заемщику экономических санкций в форме увеличения взимаемого процента, а при дальнейшей отсрочке предъявления финансовых требований в судебном порядке. Частичным исключением из этого правила являются так называемые онкольные ссуды, срок погашения которых в кредитном договоре изначально не определяется. Эти ссуды, достаточно распространенные в XIX начале XX вв. (например, в аграрном комплексе США), в современных условиях практически не применяются, прежде всего из-за создаваемых ими сложностей в процессе кредитного планирования. Кроме того, договор об онкольном кредите, не определяя фиксированный срок его погашения, четко устанавливает время, имеющееся в распоряжении заемщика с момента получения им уведомления банка о возврате полученных ранее средств, что в какой-то степени обеспечивает соблюдение рассматриваемого принципа.

3. Платность кредита. Ссудный процент.

Этот принцип выражает необходимость не только прямого возврата заемщиком полученных от банка кредитных ресурсов, но и оплаты права на их использование. Экономическая сущность платы за кредит отражается в фактическом распределении дополнительно полученной за счет его использования прибыли между заемщиком и кредитором. Практическое выражение рассматриваемый принцип находит в процессе установления величины банковского процента, выполняющего три основные функции:

· перераспределение части прибыли юридических и дохода физических лиц;

· регулирование производства и обращения путем распределения ссудных капиталов на отраслевом, межотраслевом и международном уровнях;

· на кризисных этапах развития экономики антиинфляционную защиту денежных накоплений клиентов банка.

Ставка (или норма) ссудного процента, определяемая как отношение суммы годового дохода, полученного на ссудный капитал, к сумме предоставленного кредита выступает в качестве цены кредитных ресурсов.

Подтверждая роль кредита как одного из предлагаемых на специализированном рынке товаров, платность кредита стимулирует заемщика к его наиболее продуктивному использованию. Именно эта стимулирующая функция не в полной мере использовалась в условиях плановой экономики, когда значительная часть кредитных ресурсов предоставлялась государственными банковскими учреждениями за минимальную плату (1,5 5% годовых) или на беспроцентной основе.

Принципиально отличаясь от традиционного механизма ценообразования на другие виды товаров, определяющим элементом которого выступают общественно необходимые затраты труда на их производство, цена кредита отражает общее соотношение спроса и предложения на рынке ссудных капиталов и зависит от целого ряда факторов, в том числе чисто конъюнктурного характера:

· цикличности развития рыночной экономики (на стадии спада ссудный процент, как правило, увеличивается, на стадии быстрого подъема снижается);

· темпов инфляционного процесса (которые на практике даже несколько отстают от темпов повышения ссудного процента);

· эффективности государственного кредитного регулирования, осуществляемого через учетную политику центрального банка в процессе кредитования им коммерческих банков;

· ситуации на международном кредитном рынке (например, проводившаяся США в 80х гг. политика удорожания кредита обусловила привлечение зарубежного капитала в американские банки, что отразилось на состоянии соответствующих национальных рынков);

· динамики денежных накоплений физических и юридических лиц (при тенденции к их сокращению ссудный процент, как правило, увеличивается);

· динамики производства и обращения, определяющей потребности в кредитных ресурсах соответствующих категорий потенциальных заемщиков;

· сезонности производства (например, в России ставка ссудного процента традиционно повышается в августе-сентябре, что связано с необходимостью предоставления аграрных кредитов и кредитов для завоза товаров на Крайний Север);

· соотношения между размерами кредитов, предоставляемых государством, и его задолженностью (ссудный процент стабильно возрастает при увеличении внутреннего государственного долга).

4. Обеспеченность кредита

Этот принцип выражает необходимость обеспечения защиты имущественных интересов кредитора при возможном нарушении заемщиком принятых на себя обязательств и находит практическое выражение в таких формах кредитования, как ссуды под залог или под финансовые гарантии. Особенно актуален в период общей экономической нестабильности, например, в отечественных условиях.

5. Целевой характер кредита

Распространяется на большинство видов кредитных операций, выражая необходимость целевого использования средств, полученных от кредитора. Находит практическое выражение в соответствующем разделе кредитного договора, устанавливающего конкретную цель выдаваемой ссуды, а также в процессе банковского контроля за соблюдением этого условия заемщиком. Нарушение данного обязательства может стать основанием для досрочного отзыва кредита или введения штрафного (повышенного) ссудного процента.

6. Дифференцированный характер кредита

Этот принцип определяет дифференцированный подход со стороны кредитной организации к различным категориям потенциальных заемщиков. Практическая реализация его может зависеть как от индивидуальных интересов конкретного банка, так и от проводимой государством централизованной политики поддержки отдельных отраслей или сфер деятельности (например, малого бизнеса и пр.)

Еще в VI в. до нашей эры существовало понятие "потребительского кредитования".

На территории Израиля до времен правления царя Соломона существовал "личный кредит". Должники по такому кредиту отправлялись в рабство. Когда на трон взошел царь Соломон, то был издал новый закон по которому отменялось долговое рабство и "долник" расплачивался своим имуществом. На его земле устанавливался специальный столб, который был знаком для окружающих, что его имущество "заложено" в счет погашения долгов перед кредитором. Эти столбы и получили название ипотека ("hypotheke"), которое с греческого перводится как "заклад", "залог".

Чаще всего кредиты брали люди, которые находились в крайней нужде. После того как все стали выращивать на земле продукты для пропитания, человек столкнулся с проблемой неурожаев. Один такой неурожай, мог оставить всю семью без еды на целый год. Попавший в такую ситуацию земледелец был вынужден идти к богатому за помощью. Обычно он просил денег в долг до следующего урожая. Причем проценты определялись в системе бартера. Я занял у вас мешок зерна, а должен возвратить два. Такие бизнес-отношения определили появление рыночного хозяйства и денег.

Гарантии того, что человек сможет отдать долг и улучшить свое положение не было никакой. При невозможности отдать долг, он лишался своего имущества, а если с него нечего было взять, то отправлялся к своему кредитору в "долговое рабство". Это явление, общество в целом, не поддерживало. Главным борцов против него выступила церковь.

Священники аргументировали свой протест против зверских процентов с помощью Библии. В Евангелии от Луки написано: "...взаймы давайте, не ожидая ничего..." (VI, 35).Следовательно кредитор не должен был взимать проценты и вообще ожидать возвращения ссуды. К этому добавлялось учение о проценте древнегреческого мыслителя Аристотеля (чью философию средневековая церковь пыталась совместить с христианством). Согласно Аристотелю, процент является противоестественной формой дохода, так как "деньги не могут рождать деньги".

Помимо этого, церковь пыталась найти рациональные доказательства неестественности процента. Одним из аргументов был, например, следующий: отданные в долг деньги возвращаются кредитору обратно в целости, процент является платой за время, а время нельзя продавать, так как оно принадлежит Богу. Пользуясь своей властью, церковь пытается покончить с процентом "сверху". В 1179 г. папа Александр III издает указ о запрещении "процента" под страхом лишения причастия. В 1274 г. папа Григорий X применяет более строгое наказание – изгнание из государства. В 1311 г. папа Климент V вводит в качестве наказания отлучение от церкви.

В конце средних веков государство вообще прекращает свою борьбу против любой формы кредитов. Борьба с кредиторами ведется с помощью "урегулирования процентной ставки".

В 1545 г. в Англии максимальная ставка 10% в год. В 1624 г. она снижена до 8%, а в 1652 г. – до 6%. Остальные страны применяли похожую практику. В 1640 г. в Нидерландах установлена максимальная ставка процента в размере не выше 5%, во Франции в 1601 г. был установлен максимальный процент 6%. В 1754 году в России максимальный процент был равен 6%.

В XVIII в. запрещение процентов вызывает волну недовольства среди кредиторов, и в XIX в. почти везде пропадает контроль за размером процента. При этом в законодательстве большинства стран остается понятие ростовщичества ("эксплуатации нужды, слабости разумения, неопытности или душевного возбуждения кредитующегося") и уголовная ответственность за него.

Занимали деньги и богатые люди, которым нехватало средств для осуществления своих грандиозных замыслов. В этом случае заемщиками могли выступать даже короли!

Много веков банковский потребительский кредит развивался слабо. Это было обусловлено рядом причин, которые существовали на тот момент в обществе. Вплоть до Второй мировой войны коммерческие банки развитых капиталистических странах почти не предоставляли населению денежные ссуды на потребительские цели.

Первые квалифицированные кредиторы появились в США. В 1920-1930 гг. группа из нескольких банков, возглавляемая одним из предшественников нью-йоркских "City-Corp" и "Bank of America", создала у себя отделы потребительского кредита. Вначале эта банковская группа предоставляла займы частным лицам на такие цели, как оплата медицинской помощи, стоматологических услуг, обучения и т.п., но потом приступила к выдаче ссуд на покупку в рассрочку потребительских товаров.

После войны сектор потребительского кредита стал одним из наиболее быстроразвивающихся сегментов рынка кредитных услуг коммерческих банков. В других западных странах бум в области банковского кредитования потребительских нужд населения начался в конце 50-х годов.

Наибольшее распространение потребительский кредит получил в США: только за период 70-х гг. наблюдался троекратный рост остатков по потребительскому кредиту. К началу 90-х гг. он превышал сумму 600 млрд долл. Стоит отметить, что темпы роста потребительского кредита в промышленно развитых странах Европы опережали динамику рынка США (так, в Германии в 70-х гг. наблюдался пятикратный рост потребительского кредита, достигнув уровня 190 млрд долл. США к началу нынешнего десятилетия).

Однако разница в стартовых позициях стран после Второй мировой войны предопределила особенное положение рынка США как наиболее емкого и развитого. Поэтому, анализируя западный опыт, мы в первую очередь обращаем свое внимание на практику потребительского кредита США.

История законодательства о потребительских кредитах в США насчитывает не один десяток лет. Единый Кодекс о Потребительских Кредитах (The Uniform Consumer Credit Code) первоначально был принят в семи штатах. Целью этого акта было защитить потребителей, получающих кредиты для финансирования покупок, гарантировать правильное, адекватное предоставление услуг по кредитованию, регулировать кредитную индустрию в целом.

Закон о потребительском кредите разработан специальными уполномоченными по унификации законодательства штатов в 1968 г. Закон был принят почти четвертью штатов и охватывает много областей, присутствующих в Федеральном законе о защите потребителя. Закон устанавливает:

-справедливые правила предоставления кредита;

-верхние пределы ставок;

-правила продажи по передаче и продаже в рассрочку, оговорки к контрактам, средства судебной защиты кредитора, решения суда о взыскании остатка долга по реализации обеспечения, наложения ареста на имущество должника и др.

Он также регулирует кредитные сделки, охватывающие большую часть продажи недвижимости, товаров и услуг лицами, регулярно участвующими в продаже в кредит.

Американский закон «О защите прав потребителей» содержит часть, посвященную потребительским кредитам. Он обязывает кредиторов в полной мере доводить до потребителей условия кредитования. Закон также защищает потребителей от злоупотреблений со стороны ростовщиков, ограничивает размеры вознаграждений, учреждает Национальную комиссию по потребительским финансам, которая компетентна вести расследования в области потребительского кредитования.

Также Закон регламентирует деятельность компаний, выпускающих кредитные карты и предоставляющих кредитные истории. Закон запрещает какую-либо дискриминацию при кредитовании.

В России кредиты существовали и в советский период. Оформить покупку в кредит можно было, прейдя в универмаг с соответствующей справкой с места работы, и заполнив анкету, забрать необходимый товар. Дальнейшая расплата происходила уже без непосредственного участия потребителя – бухгалтерия с работы пересчитывала необходимую для уплаты суммы в рассрочку с ежемесячной зарплаты.

Старшее, да и среднее поколение хорошо помнят кредиты на покупку товаров, которые можно было оформить в крупных универмагах. Приходишь, приносишь справку с места работы, заполняешь коротенькую анкету и все, товар твой.

Дальнейшее заемщика (будем называть этого человека современным умным словом, хотя он об этом тогда и не подозревал) не волновало. Бухгалтерия на работе исправно вычитала из зарплаты его 5–10 рублей и переводила в магазин.

Напомним, что за 11 месяцев 2003 г. объем предоставленных потребительских кредитов вырос в долларовом выражении на 112% по отношению к началу года. Данные темпы роста кредитования частного сектора являются рекордными за последние годы.

Вместе с возможностями, которые дают потребительские кредиты, потребители получили и массу проблем, связанных с отсутствием специализированной законодательной базы. Реклама обещает, что покупатель переплачивает всего 10 процентов от стоимости товара, бесплатные кредиты, которые в действительности оказываются дорогими – до 30-100%.

В России сейчас существует 2 вида потребкредитов в «чистом» виде. Можно взять кредит в банке, а можно купить товар в кредит. По сути, договор один и тот же, заключается с кредитным учреждением, только во втором случае потребитель получает не деньги, а товары или услуги. Банк платит за потребителя продавцу или исполнителю, а потребитель расплачивается с банков в течение нескольких месяцев или лет.

Законодательно потребительское кредитование регламентируется Гражданским кодексом, на основании положений которого между банком и заемщиком заключается кредитный договор.

"Хоум Кредит", "ОВК", "Альфа-банк", "МДМ-банк" и многие другие считали за честь иметь в своем продуктовом ряде потребительские кредиты. Каждый делал ставку на свои преимущества – быстрота оформления, минимум документов, выгодные процентные ставки и т.д.

Постепенно, потребительское кредитование приобрело массовый характер, что сказалось на положительных результатах. Помимо банков, весьма выгодным явлением потребительское кредитование является для торговых организаций. К началу 2005 года, по оценкам различных аналитических агентств, товары, продаваемые в кредит составляли порядка 60% от суммарного объема продаж крупных сетевых магазинов. Лидерами среди них являлись такие торговые сети как: "М-Видео", "Эльдорадо", "МИР". На территории данных организации в среднем представлено по 5-10 банков, которые готовы предложить рынку свои уникальные условия.

Пытаясь увеличить спрос на потребительские кредиты, банки выходят на рынок с новыми условиями. Появляется такое понятие как "акция", а соответственно банки вводят новые продукты: "бесплатный кредит", "кредит без первоначального взноса", "10-10-10", "беспроцентный кредит". Однако, такие акции не могут появляться в ущерб банку. Именно этого, так и не понимает потенциальный заемщик, когда обращается в банк за кредитом. Думая о том, что банки действительно выдают беспроцентные кредиты, клиент пытается успокоить себя, что, по сути, он покупает товар в рассрочку.

На самом деле банки применяют изощренные механизмы, за счет которых, компенсируются недополученные доходы. К примеру, широко распространен способ включения недополученных процентов в стоимость товара. На ценниках в магазинах можно встретить две цены: первая – в кредит, вторая – за наличные. Разница таких цен составляет порядка 6-9%. Таким образом, покупая в кредит товар за 10 000 рублей (а если без кредита, то цена составляла бы – 9 300 рублей), клиент уже заплатил те самые проценты, которые он считает, что платить не будет. Заманивая клиентов подобными акциями, банки увеличивают свои прибыли, а организации объемы продаж.

Однако, несмотря на выгодность таких продуктов, банки несут и большие риски. За время, работы на данном сегменте банковского рынка, банки собрали большое количество досье на заемщиков, которые брали кредиты. Такие базы данных есть практически у всех банков, которые занимаются потребительским кредитованием и составляют особую коммерческую тайну. На "черных" рынках цена таких баз данных доходит до нескольких десятков миллионов долларов. В свете принятия закона о создании кредитных бюро, большой объем таких данных станет доступными в широком доступе, что, безусловно, уменьшит для банков (особенно тех, кто только начинает заниматься потребительским кредитованием) риск невозвратности кредитных ресурсов.

В настоящее время, все большей популярностью пользуется разновидность потребительского кредитования – автокредитование. Данный банковский сегмент характерен меньшими процентными ставками, меньшими рисками, что наряду с оперативностью оформления и быстротой выдачи кредита делает его привлекательным и для банка, и для заемщика, и для автосалона.

Страхуя риски, банки вводят дополнительные условия – страхование залогов (автотранспорта). Это в свою очередь дополнительными расходами ложится на заемщиков, которые переплачивают за страховку в среднем 10-20% от стоимости автомобиля.

Таким образом, автокредитование затрагивает и страховой рынок, принося ему дополнительные объемы продаж, а соответственно и прибыли. Не остаются в накладе и банки с автосалонами, которые получают агентские комиссии от страховых компаний.

В отличие от классического потребительского кредитования, где в основном кредиты выдаются в рублях, отличительной особенностью автокредитования являются валютные кредиты. А соответственно и процентные ставки (с учетом различных банковских комиссий) ниже на 30-40%.

Дополнительными прибылями, которые получает банк в рамках реализации программ потребительского кредитования, являются комиссии с торговых организаций, в которых осуществляется выдача кредитов. Это так называемый дисконт с торговой организации.

На заре зарождения потребительского кредитования подобные дисконты доходили до 7-10%, однако в последнее время средний дисконт с торговой организации вышел на уровень 1,5-2,5%. Это связано с тем, что, борясь за клиентов, банки начинают демпинговать в рамках конкурентной борьбы между собой. Более того, крупные торговые сети и автосалоны требуют от банков отмены подобных комиссий, а сети "первого" порядка заставляют банки платить им. Так уже в конце 2004 года, компания "МИР" в рамках проводимого тендера обозначила банкам условную цену того, что потребительские кредиты будут распространяться на территории магазинов. По некоторым данным, величина такого дисконта составляет 2-3%.

Другим, немаловажным и перспективным направлением для банков является активное продвижение розничного кредитования не только в столичном регионе, но и по всей территории России. Естественно, что развитие банковского бизнеса в регионах отстает примерно на 2-3 года от столичного, но учитывая огромный спрос, данное направление представляется весьма выгодным и интересным.

В начале 2000-х годов, "Русский стандарт", "Хоум кредит" постепенно открывают представительства и филиалы в крупнейших городах России. В таких как: Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара, Ростов-на-Дону, Волгоград, Казань, Уфа и многих других.

В регионах, крупнейшим московским банкам составляют большую конкуренцию местные банки, которые также готовы предложить клиентам выгодные условия и более дешевый кредитный продукт. Таким образом, московские банки помимо своей внутренней конкуренции, получают конкурентную борьбу в регионах еще и с местными банками.

На сегодняшний день потребительское кредитование охватило всю территории нашей страны. Что говорит о том, что розничный банковский сегмент развивается не локально, а охватывает масштабы всей страны.

Проводя анализ развития потребительского кредитования в России можно выделить положительные и отрицательные черты.

К положительным можно отнести:

– получение банками стабильно высокой прибыли;

– увеличение объема продаж торговыми организациями и автосалонами;

– увеличение покупательской платежеспособности;

– увеличение клиентской базы, как для банков, так и для торговых организаций;

К отрицательным:

– повышенные риски невозвратности денежных средств, для банков;

– значительные переплаты за товар, который покупает клиент;

Тем не менее, комплексная реализация программ потребительского кредитования несет для экономики страны больше положительных тенденций, нежели отрицательных. Однако, сохранение потребительского кредитования в тех формах, которые оно носит сейчас весьма проблематично. Следующим этапом (который начал реализовываться уже сейчас) станет нецелевое кредитование при помощи пластиковых карт.

Сейчас формы подобного кредитования в России существуют, однако не пользуются большой популярностью. В первую очередь это связано, с неразвитостью инфраструктуры принятия пластиковых карт к оплате (небольшое количество POS-терминалов, импринтеров, банкоматов). А во-вторых, для получения подобных кредитов банки требуют с заемщиков дополнительные подтверждения платежеспособности.

Однако, уже в ближайшем будущем, следуя мировым тенденциям развития потребительского кредитования, в нашей стране банковское розничное направление трансформируется в три основных направления:

– кредитование на пластиковые карты;

– автокредитование;

– ипотечное кредитование.

Для развития данных программ банкам необходимо:

– снижение процентных ставок, как фактор повышения спроса;

– страхование финансовых рисков под возможные потери;

– создание кредитных бюро на всей территории России;

– развитие технологий банковской инфраструктуры.

**2.2. Виды предлагаемых потребительских услуг**

Основными формами потребительского кредита являются:

1. Покупка в рассрочку.

2. Кредитные карточки.

3. Персональные ссуды.

4.Овердрафты.

5.Скоринг-кредитование.

Потребительский кредит в товарной форме предоставляется преимущественно при продаже предметов длительного пользования – автомашин, холодильников, радиоприёмников, телевизоров, мебели – такой вид кредита называется покупкой в рассрочку.

При анализе причин желания людей покупать товары в рассрочку, отмечалось следующее:

Это очень удобная на практике форма оплаты товаров и услуг.

Такая форма оплаты позволяет осуществлять расходы в то время, когда доходы ещё не поступили.

Это позволяет покупать товары и оплачивать услуги в течение более продолжительного периода, чем нормальный интервал между денежными поступлениями.

Это позволяет человеку приобретать материальные финансовые активы, со стоимостью, превышающей сумму, которую он мог бы заплатить, исходя только из его собственных сбережений.

Однако те же причины могут быть приведены в случае решения клиента получить товары, используя персональную ссуду, банковский овердрафт или кредитную карточку. В конце концов, если этот человек хочет купить новую посудомоечную машину в кредит, он может обратиться в банк за персональной ссудой или заплатить по кредитной карточке, что более вероятно, чем принять кредитно-финансовые условия, предложенные ему от имени финансового дома дилером по продаже посудомоечных машин.

И всё же, в пользу финансовых компаний говорит следующее:

Покупка в рассрочку “продаётся” дилерами клиентам в момент продажи. Клиентам предлагается сделка по покупке в рассрочку, которая легко принимается “на месте”.

До совсем недавнего времени у клиентов имелось очень слабое представление о наиболее дешёвой финансовой сделке. Потребители весьма инертны в своих привычках делать покупки, и даже, если они знают о различиях стоимости услуг, они предпочитают производить сделки с уже известными поставщиками, и многие потребители, вследствие неудачных попыток ознакомиться с ценами на кредитные услуги, просто не знают о существующих вариантах стоимости и доступности различных форм кредита! Потребители, как правило, основывают свои решения на размере месячных выплат и продолжительности срока кредита, а не на фактической стоимости кредита. Однако, очень высокие процентные ставки в определённый момент времени сделали потребителей более чувствительными к издержкам, обусловленным предоставлением займа.

Всё ещё существует большое количество “внебанковских” людей, не думающих о получении банковских ссуд, овердрафта или кредитной карточки как средствах покупки товаров в кредит. Финансирование покупки в рассрочку, организованное через магазин или выставочный зал, является единственной альтернативной оплаты покупки наличными для таких лиц.

Сейчас даже появилась новая форма покупки в рассрочку – это соглашения банков с торговыми фирмами, по которым последние продают товары в кредит клиентам банков, причём банки сразу выплачивают фирмам наличные деньги на сумму проданных товаров, а покупатели постепенно погашают кредит банкам.

В 50ые годы американские, а затем и английские банки начали широко применять “упрощённую” практику предоставления потребительских кредитов с помощью кредитных карточек. Сущность такого кредитования сводится к тому, что выданная банком кредитная карточка дёт право её владельцу в пределах разрешённой суммы, т.е. персонального кредитного лимита, обычно в пределах нескольких тысяч крон, покупать товары в тех магазинах, с которыми банк имеет соглашения на их продажу в кредит на основе кредитных карточек. Сумма задолженности владельцев карточек магазину оплачивается банком периодически. Владельцы кредитных карточек в свою очередь в установленные сроки погашают долг перед банком, т.е. обязаны платить определённую минимальную сумму, но не должны полостью оплачивать долг. Если же минимальная сумма в установленный срок остаётся неоплаченной, то на неё начисляется процент и добавляется к долгу владельца карточки компании кредитных карточек.

Т.к. кредитный лимит является револьверным (т.е. автоматически возобновляемым), то владелец карточки, выплатив часть своего долга, может увеличить кредит до того размера, который он выплатил. Например, владелец карточки имеет кредитный лимит 800 крон и задолжал 500 крон, в его дальнейшем распоряжении имеется ещё 300 крон до тех пор, пока он не исчерпает свой лимит. Если он теперь выплачивает 150 крон долга, рамки его дальнейшего кредитования увеличиваются до 450 крон, т.к. он теперь будет должен только 350 крон. Поэтому компанией кредитных карточек владельцу карточки будет выдан отчёт за месяц, показывающий, какой суммой на данный момент располагает владелец карточки.

Кредитные карточки, например такие как, Visa и Mastercard выпускаются банками, но многие строительные общества и финансовые дома тоже выпускают свои кредитные карточки, например, American Express выпускает свою собственную карточку Optima.

Торговцы, которые предлагают товары или услуги клиентам по банковским кредитным карточкам, получают денежное вознаграждение от компании кредитных карточек, которая берёт комиссионные. Поэтому именно банковские организации предоставляют кредит, а не торговцы.

Какой смысл торговцам в том, что товары и услуги будут оплачиваться клиентами с помощью кредитной карточки? А смысл есть.

Торговец отправляет свои кредитные карточки кредитному посреднику, который производит сделку в обмен на оплату за услугу от розничного торговца (в среднем около 1.8 % стоимости продаж). Посредник должен заплатить около 1 % стоимости продаж фирме, выпускающей кредитные карточки, которая несет расходы по сделке.

Кредитные карточки получили свою популярность по многим причинам:

Оплата кредитной карточкой делает вас независимым от наличных денег, поскольку везде, где бы вы не находились и, увидев символ своей карточки, сможете оплатить стоимость товара или услуг, не имея при этом в кармане ни цента.

Вы чувствуете себя удобно, т.к. рассчитываясь кредитной карточкой, Вы застрахованы в финансовом смысле даже при совершении спонтанных покупок.

Вам нет необходимости, выезжая в деловые поездки или в отпуск запасаться в большом количестве наличными деньгами, т.к. кредитные карточки, такие как Visa и Mastercard акцептируются примерно в 220 государствах, в 11 млн. пунктах.

Потеря карточки не означает то же, что потеря наличных денег, поскольку при утере карточки или краже и при своевременном извещении об этом, вы не несёте ни какой ответственности.

В отношении совершённых карточкой покупок вы получите один раз в месяц подробный обзор.

Это выгодно для вас, поскольку, расплачиваясь карточкой, вам предоставляется 45-дневный срок оплаты без учёта процентной ставки. Тем самым у вас появляется возможность лучше управлять своими денежными потоками и планировать их распределение.

Вы нуждаетесь всё же в наличных деньгах? Нет проблем. Хотя кредитные карточки являются прежде всего платёжными карточками, вы, тем не менее, при желании можете пополнит свой кошелёк наличными деньгами, что отмечается соответствующей отметкой в банковских конторах или круглосуточно в банкоматах, в том числе в воскресные дни и государственные праздники. Единственное, так это то, что на авансы наличными введён налог. Поэтому это не очень выгодный способ получения средств.

Выплата по кредитной карточке – это другой удобный вариант, при условии, что кредитный лимит клиента достаточен для покупки товаров. Заполнение каких-то форм (т.е. обращение за кредитом) не является необходимым, и человек может выплатить деньги в течение более продолжительного периода, чем было определено. Однако это может оказаться дорогой услугой, и с начала 1990х годов всё больше потребителей стараются тратить по своим кредитным карточкам ровно столько, сколько они могут полностью выплатить в конце месяца, чтобы избежать любых процентных издержек.

Растущая конкуренция снизила прибыль от услуг, предоставляемых универсальными банками, особенно в связи с тем, что наиболее крупные из них договорились о более низких отчислениях из-за своих высоких оборотов. Именно с этим связана важная причина введения платежей для владельцев карточек. Банки в настоящее время назначают ежегодные гонорары владельцам карточек. Это делается для увеличения числа владельцев счетов, которые полностью используют остатки на счёте в конце месяца и таким образом не платят никакого процента. Только несколько компаний, выпускающих кредитные карточки, дают гарантию не вводить ежегодные отчисления.

Персональная ссуда банка может быть более дешёвой по сравнению с кредитом финансового дома и процентными ставками кредитных карточек. Банк может быть готов кредитовать до 10000 у.е. с выплатой в течение 5 лет по письменному заявлению клиента. (Обращение за персональными ссудами в настоящее время значительно упростилось, т.к. банки готовы давать ссуды без персональной беседы и с минимальными хлопотами для клиента.) Но что же такое персональная ссуда? Чтобы лучше понять её суть, рассмотрим специфические особенности обычной заявки на предоставление персональной ссуды:

1. Цель получения ссуды. За исключением покупки дома (предоставление средств для покупки недвижимости или связующих ссуд) и завещанных ссуд, персональные ссуды обычно берутся для:

1. приобретения потребительских товаров длительного пользования (например, мебели);
2. покупки машины (бывшие в употреблении машины не должны быть очень старыми – 5 лет, вероятно, максимальный срок для подержанной машины);
3. празднования торжеств;
4. проведения отделочных работ в доме;
5. покупки домов-фургонов;
6. оплаты личного образования.

2. Размер ссуды (опять за исключением ссуд на приобретение недвижимости и связующих ссуд), как правило, не превышает 10000 ф.ст.

3. Капитал и доля клиента. В случае обращения за персональной ссудой заёмщику обычно достаточно внести 1/5 или 1/3 стоимости, хотя на это не существует каких-либо твёрдых правил.

4. Источники оплаты и способность к выплате (платёжеспособность). Источником оплаты служит регулярный доход клиента. Туда же включаются эксплутационные и ремонтные расходы по тем покупкам, которые клиент собирается сделать. Совершенно очевидно, что достаточно знать насколько реальна выплата ссуды с процентами при установленном размере выплат.

5. Срок предоставления ссуды. Является ли обоснованным срок выплаты ссуды, требуемой клиентом, исходя из той цели, ради которой она берётся? Например:

1. Если клиент хочет получить финансирование для оплаты своих личных расходов, наиболее приемлемыми формами кредитования будут краткосрочный овердрафт или счёт семейного бюджета.
2. Ссуды для покупок новых кухонь могут быть предоставлены на срок до 35 лет, другие ссуды для некоторых переделок в доме (например, для новых окон) – могут быть предоставлены на периоды вплоть до 10 лет, хотя наиболее типичной является ссуда на 5 лет.
3. Ссуда для покупки машины может быть предоставлена на 2,3 или 4 года.
4. Обеспечение. Обеспечение обычно не берётся для персональных ссуд за исключением ссуд на приобретение недвижимости и завещанных ссуд, поскольку многие персональные ссуды невелики. В случае крупных персональных ссуд, банк может потребовать обеспечение, которое часто предоставляется в виде второй закладной на дом берущего взаймы, если его чистая доля в собственности достаточна (разница между рыночной стоимостью и существующим залогом).

Чтобы вы получили наиболее полное представление о персональных ссудах, приведём некоторые их виды.

Потребительский кредит кредитных учреждений имеет в основе две формы:

Прямые кредиты потребителя без посреднических торговых фирм. В Германии банки выдают клиентам заёмщикам кредитные чеки на круглые суммы (102050 марок), которые используются для оплаты товаров торговым фирмам. Эти фирмы в свою очередь получают у банков наличные деньги или перечисления на текущие счета. В данном случае в качестве кредиторов выступают банки, которым потребители погашают кредиты в установленные сроки;

Кредиты потребителям с поручительством торговых фирм. Банк заключает договор с торговой фирмой, обязуясь в пределах определённой суммы кредитовать её покупателей. Торговая фирма берёт на себя поручительство по долговым обязательствам заёмщиков банку и одновременно заключает договор со своими покупателями, в котором определяется сумма кредита, его условия и сроки погашения. Эти договоры передаются банку, который выплачивает фирме 8090 % суммы кредита, а остальную часть зачисляет на особый блокиро­ванный счёт. Покупатель погашает кредит по частям; купленные им в кредит товары служат обеспечением платежа. В случае непогашения в срок кредита соответствующие суммы взыскиваются банком с блокированного счёта.

Овердрафт – форма краткосрочного кредита, предоставление которого осуществляется списанием средств по счёту клиента (сверх остатка на счету), в результате чего образуется дебетовое сальдо. Право пользования овердрафтом предоставляется наиболее надёжным клиентам.

С овердрафтами ассоциируются следующие факторы:

1. Сумма. Сумма дебета не должна превышать лимита, согласованного банком и заёмщиком. Лимит обычно определяется относительно известного дохода.
2. Маржа. Процент назначается на сумму овердрафта, обычно как маржа над базовой ставкой. Процент насчитывается на ежедневную сумму овердрафта и ежеквартально записывается на счёт. Может быть получен гонорар, когда банк соглашается на предоставление льготы клиенту, даже если она не полностью используется.
3. Цель. Овердрафт обычно требует для покрытия краткосрочных договоров – например, многие люди оказываются без денег в конце каждого месяца до того, как им выплачивается зарплата.
4. Выплата. Овердрафты выплачиваются по требованию, и обычно клиенту об этом сообщается в письменном уведомлении о предоставленной услуге.
5. Обеспечение. Обеспечение, требуемое банком, зависит от размера услуги, предоставляемой клиенту.
6. Выгоды. Для людей овердрафты очень удобны, так как позволяют ощутить уверенность в том, что их расходы финансируются, даже если они превышают имеющиеся у них на данный момент средства. Банк выигрывает от предоставления высокой процентной ставки, но страдает от того, что вследствие существенных колебаний овердрафтов по сумме, он вынужден иметь в наличии достаточные средства для обеспечения согласованного лимита кредитования.

Из-за высокого объёма персонального кредитования и сравнительно небольшой суммы каждой ссуды, большинство банков не могут себе позволить провести оценку заявлений на предоставление ссуды, рассматривая каждый запрос в индивидуальном порядке. Поэтому вместо заявлений было введено “скоринг" кредитование. Некоторые банки в установленном порядке запрашивают информацию о заявителе в кредитных справочных агентствах, другие делают это только в крайних случаях.

“Скоринг" кредитование является обезличенной, но более простой и быстрой формой, чем деловая беседа.

Потенциальный клиент заполняет заявление по установленной форме, содержащее информацию о возрасте, семейном положении и стаже.

Каждый вопрос имеет максимально возможный балл, который будет выше для таких важных вопросов, как профессия, и ниже для таких вопросов, как возраст.

После окончательного подсчёта очков вручную или с помощью компьютера банк определяет, какую услугу разумнее предоставить клиенту: ссуду или овердрафт.

**2.3. Современный рынок потребительских услуг**

Кредитный рынок это общее обозначение тех рынков, где существуют предложение и спрос на различные платежные средства. Кредитные сделки опосредуются, как правило, кредитными институтами (банками и др.), которые берут взаймы и ссужают деньги, или движением различных долговых обязательств, которые продаются и покупаются на рынке ценных бумаг.

Следовательно, кредитный рынок предоставляет средства для инвестиций в распоряжение предприятий и именно на нем происходит перемещение денег из тех секторов экономики, где имеется избыток, в те сектора, которые испытывают в них недостаток. На кредитном рынке предприятия берут деньги в долг для финансирования своих инвестиций; иногда предприятия дают деньги взаймы, но, как правило, производственный сектор больше берет, чем дает. Поэтому можно сказать, что одна из основных задач кредитного рынка направлять сбережения населения и свободные средства посредническим лицам на инвестиции.

Анализ кредитного рынка России позволяет сделать вывод, что первые годы после обретения независимости были самыми противоречивыми, в течение которых изменялись ранее устоявшиеся тенденции, намечались новые, которые, не успев окрепнуть, снова изменялись. Это относится прежде всего к выравниванию процентных ставок отраслевых и универсальных банков. Другая тенденция, достаточно ясно обозначившаяся в середине 1993 года, состоит в сближении ставок кредитования государственных и коммерческих организаций, но все же в 1994 году ставки не сравнялись. В связи с этим целесообразно сохранить градацию по разделению ставок при кредитовании государственных и коммерческих структур, тем более, что в настоящее время и, видимо, в ближайшем будущем сохранится практика централизованного льготного финансирования государственных предприятий.

Как известно, одним из основных источников пополнения коммерческими банками своего оборотного капитала являются депозиты и межбанковский кредит. Банкам более удобно, в том числе и по чисто техническим причинам, привлекать деньги, используя межбанковский кредит, поэтому в первые годы становления коммерческих банков кредитные ставки по МБК почти в полтора раза превышали ставки по привлечению депозитов. Однако рынок межбанковского капитала ограничен и причем в значительной степени как раз объемом привлеченных депозитов. Вследствие этого новые и уже функционирующие банки все в большем объеме стремятся привлекать депозиты. По этой и ряду других причин в течение 1993 - 1994 гг. происходило сближение процентных ставок по привлекаемым депозитам и межбанковскому кредиту.

Переход от командно-административной экономики к рыночной обусловил необходимость создания в России рынка ссудных капиталов для обслуживания потребностей хозяйства. Однако подлинное развитие рынка ссудных капиталов возможно лишь при наличии рынков: средств производства; предметов потребления; рабочей силы; недвижимости; земли. Все эти рынки нуждаются в денежных средствах, которые должен предоставить им рынок ссудных капиталов. Это основной принцип формирования рынка ссудных капиталов.

Наблюдается постепенное развитие специализированных кредитных институтов и функционирование рынка ценных бумаг, но этого недостаточно, чтобы приблизить рынок России к рынкам западных стран. Отставание объясняется прежде всего отсутствием полнокровного рынка средств производства и рынка недвижимости, существование которых возможно только на базе широкой приватизации, акционирования большой части государственной собственности. Кроме того, необходимы рынок рабочей силы и ее мобильная миграция, а также рынок земли. Все это необходимые условия для расширения рынка ценных бумаг, а следовательно, дальнейшего развития новых кредитно-финансовых институтов, укрепления двух звеньев кредитного рынка, обеспечение спроса и предложения на денежный капитал.

Поэтому основными направлениями в формировании кредитного рынка должна стать высокая норма сбережений (как в производственном, так и личном секторе), широкая приватизация, связанная с организацией рынка ценных бумаг, и создание на ее базе разветвленной сети специализированных кредитно-финансовых институтов.

Также в настоящее время в деятельности коммерческих банков России существуют серьезные проблемы. Это связано с причинами финансового неблагополучия в банковской системе, которая зависит от общего состояния экономики государства, а также от недостатка необходимого опыта и подготовленных кадров для работы банков в условиях рыночных преобразований.

Серьезной проблемой является поддержание ликвидности банковской системы. Основные убытки коммерческим банкам приносит кредитная деятельность, привлечение слишком дорогих ресурсов и невозможность рентабельного их размещения. Отсутствие возможности получать прибыли инфляционного характера требует от банка серьезного подхода к качеству кредитного портфеля. В структуре активов коммерческих банков кредитные операции составляют приблизительно 15%. В общей сумме кредитной задолженности просроченные кредиты составляют 17%, пролонгированные 19%, кредиты без обеспечения 8%, безнадежные к возврату 1%. Показатели структуры задолженности свидетельствуют о значительном росте просроченных и пролонгированных кредитов.

Увеличение уставного фонда коммерческих банков до требуемой Сбербанком России величины, также является серьезной проблемой, стоящей перед банковской системой, но такое увеличение уставного фонда банков будет способствовать росту надежности и стабильности банковской системы России в целом.

На современном этапе развития кредитной системы существуют определенные проблемы, которые мешают Российским банкам выделять отдельные виды кредитов, влияют росту части нежелательных кредитов (просроченных, безнадежных и т.д.), что, в свою очередь, ухудшает ликвидность и платежеспособность банков.

Основной проблемой Российского кредитования на современном этапе невозможность и нежелание банков проводить долгосрочное кредитование, что связано с отсутствием кредитных ресурсов, а также с риском невозвращения кредитов.

Правительство России и СБЕРБАНК РОССИИ создают условия для финансовой стабилизации, что влияет на постепенное улучшение деятельности банков в стране. Следует отметить существенное снижение процентных ставок по кредитам, а также постепенный рост спроса на долгосрочное кредитование.

На современном этапе в России особенное внимание следует уделять развитию потребительского кредита. Покупка в рассрочку не развита, хотя это достаточно удобная на практике форма оплаты товаров и услуг, такая форма оплаты позволяет осуществлять расходы в то время, когда доходы ещё не поступили.

Кредитные и расходные карточки только начинают появляться в нашей стране, и то оплатить покупку в магазине при помощи таких карточек возможно далеко не во всех магазинах. Использование таких карточек позволило бы отказаться от наличных денег, что для нашего населения еще неприемлемо.

В отличие от развитых стран, где существует автоматически возобновляемый кредит, как форма потребительского кредита, в России он находится на стадии зарождения.

Что касается влияния на ликвидность и платежеспособность банков, то важной проблемой является несвоевременное возвращение кредита, рост безнадежной кредитной задолженности. В таких условиях растет значение контроля со стороны банка по поводу кредитного договора. Первоочередное значение тут имеет своевременность уплаты процентов и долга. Поэтому очевидным есть регулирование кредитных рисков и реализация мероприятий, которые касаются уменьшению их влияния на деятельность банков.

Некоторые проблемы кредитования связаны с внутренними действиями работников. Например, недостаточный анализ финансового положения клиентов при выдаче кредита; нарушение принципов кредитования; неправильное оформление кредитных договоров; выдача кредитов без четких сроков возвращения; иногда отсутствие проверки использования целевых кредитов и т.д.

В период кризиса конца 2008 года банки повышают процентные ставки по уже выданным карточным кредитам. Кредитные карты — наиболее доходный для банков продукт, однако, повышая стоимость уже выданных кредитов для заемщиков, банкиры рискуют получить судебные претензии от клиентов, утверждают юристы.

Банки повысили процентную ставку по уже выданным кредитным картам, сообщили сразу в нескольких банках. Московский банк реконструкции и развития (МБРР) с 26 октября увеличил ставку на 9 процентных пунктов, до 27% годовых, для держателей карт с положительной кредитной историей, по остальным кредитным картам ставка увеличилась в среднем на 3-4 процентных пункта, до 36% годовых. Юникредит банк принял решение с 1 декабря повысить ставки на открытые до 27 октября рублевые карты на 6-9 процентных пунктов, до 30-35%, на валютные — на 7-9 процентных пунктов, до 28%. Банк "Авангард" вчера сообщил о повышении ставки по кредиткам на 5 процентных пунктов, до 17%. Ранее других на рынке пластикового кредитования повысил тарифы "Абсолют банк", в среднем на 3-4 процентных пункта по всем кредитным картам. Из крупнейших игроков пластикового рынка по кредиту, выдаваемому на карту, намерен повысить ставку на 5-6 процентных пунктов Собинбанк.

Доля кредитных карт в общем кредитном портфеле для физических лиц у Юникредит банка составляет около 1%, у МБРР — 10%, у "Авангарда" — 21%. Согласно рейтингу на 1 июля, на рынке пластиковых карт Юникредит банк занимает 24-е место, объем пластиковых карт — 454 526 штук, МБРР — 33-е место с объемом 284 369 штук, "Авангард" — 37-е место с объемом 242 194 штук. У лидеров рынка — Сбербанка, Альфа-банка и банка "Уралсиб" — процентная ставка по выданным кредитам пока остается прежней.

"В условиях кризиса растет просроченная задолженность по кредитам. В связи с тем что ужесточились условия привлечения денег, мы вынуждены ужесточать требования к заемщикам",— поясняет старший вице-президент по развитию продуктов розничного бизнеса МБРР Альберт Звездочкин. "Мы стремимся к тому, чтобы условия по нашим розничным продуктам были адекватны оценкам рисков. В условиях кризиса риски повышаются, поэтому мы повышаем ставки, чтобы не нести риск получения убытков",— дали официальный ответ в пресс-службе Юникредит банка. Заместитель председателя правления банка "Авангард" Валерий Торхов сказал "Ъ": "За последнее время неоднократно повышалась ставка рефинансирования, существенно увеличилась стоимость рублевого фондирования как на внутреннем рынке, так и на рынке западных заимствований. Да и ставки по депозитам банки за последний год повышали неоднократно".

Увеличить ставки по выданным кредитам банкиров заставила высокая стоимость привлекаемых для выданных кредитов средств. "Фактически остановился долговой рынок, облигации сейчас не являются источником денег для банков,— отметил зампред правления МБРР Дмитрий Ладиков-Роев.— Все банки ведут агрессивную депозитную политику, повышая ставки на вклады. Ликвидность осталась только в надежных инструментах и у компаний, связанных с госфинансированием". Гендиректор "Фосборн Хоум" Василий Белов утверждает, что увеличение ставок по уже выданным кредитам является тенденциозным и уже в ноябре и другие банки пойдут на эту меру.

Кредитные карты являются одним из наиболее доходных продуктов для банков за счет процентов за пользование кредитом, комиссий и штрафов, начисляемых на просроченную задолженность. "За счет повышения тарифов банк может получить больший валовой доход, маржа по более рискованным продуктам всегда выше. Поскольку просрочка по карточным кредитам выше, чем по другим продуктам, банк имеет возможность повысить свою маржу",— комментирует господин Ладиков-Роев. По подсчетам аналитиков, доходность кредитной карты составляет, включая проценты, комиссии и штрафы, 30-50%. Так, банк "Тинькофф. Кредитные системы" зарабатывает на картах 63%, из которых 33% — процентный доход, 30% — комиссионный доход (см. "Ъ" от 11 ноября). Исходя из объема кредитного портфеля Юникредит банк, повышая ставки, получит в качестве дополнительного дохода до 77,5 млн. руб., МБРР — до 102,3 млн. руб., "Авангард" — до 105 млн. руб.

**3. Анализ деятельности банка на рынке потребительского кредитования, предложения по ее усовершенствованию**

**3.1. Виды потребительского кредитования Хоум Банка**

Банк регулярно исследует потребительские предпочтения клиентов и совершенствует предлагаемый продуктовой ряд.

Банк предлагает:

- широкий выбор кредитных продуктов и маркетинговых акций;

- гибкие сроки кредитования - от 4 до 36 месяцев (с шагом в 1 месяц);

- сумма кредита – от 3 000 до 200 000 рублей;

- широкий спектр кредитуемых товаров и услуг: от бытовой техники и электроники до предметов интерьера, одежды и туристических путевок.

Определить наиболее подходящий кредит Вам поможет сотрудник Банка в выбранном Вами магазине.

Процедура оформления кредита займет не более 30 минут. Для оформления кредита необходимо 2 документа - паспорт гражданина РФ и любой из следующих документов:

- заграничный паспорт;

- водительское удостоверение;

- пенсионное удостоверение;

- страховое свидетельство обязательного пенсионного страхования;

Требования Банка к заемщикам:

- стабильный источник дохода;

- постоянная регистрация в регионе обращения за кредитом.

Потребительские кредиты Банка:

1. «Стандартный +»

* Срок кредита – 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18 и 24 мес.,
* Первоначальный взнос – от 0%, от 10% и от 20% от стоимости Товара.
* Без комиссии за предоставление кредита
* Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 15):

Таблица 15

Процентная ставка «Стандартный +»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Размер Первого взноса | Процентная ставка (годовых) | |
| Паспорт РФ | Паспорт РФ + второй документ |
| От 0% | - | 75% |
| От 10% | 75% | 72% |
| От 20% | 72% | 67% |

* Минимальный размер кредита – 3 000 руб.,
* Максимальный размер кредита – 200 000 руб.,
* Досрочное погашение возможно через 3 месяца.

2. «Домашний» для покупки аудио-, видео- и бытовой техники

* Размер кредита – от 3 000 до 200 000 рублей
* Первый взнос – от 10% от стоимости товара
* Срок кредитования – 6, 8, 10, 12, 14,16,18 или 24 месяца
* Без комиссии за предоставление кредита
* Кредитование услуг «Установка и подключение КБТ», «Установка и подключение HiFi», «Установка и подключение программного обеспечения» и Полисов Росгосстрах осуществляется только по стандартным кредитным продуктам вместе с товаром, на который оформлена услуга.
* Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 16):

Таблица 16

Процентная ставка «Домашний»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Размер Первого взноса | Процентная ставка (годовых) | |
| Паспорт РФ | Паспорт РФ + второй документ |
| От 10% | 43% | 41% |
| От 20% | 41% | 38% |

3. «Комфортный» для покупки любых товаров, кроме мобильных телефонов и иных средств мобильной связи

* Размер кредита – от 3 000 до 100 000 рублей
* Первый взнос – от 0% от стоимости товара
* Срок кредитования – 6, 8, 10, 12, 14,16, 18 или 24 месяца
* Без комиссии за предоставление кредита
* Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 17):

Таблица 17

Процентная ставка «Комфортный»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Размер Первого взноса | Процентная ставка (годовых) | |
| Паспорт РФ | Паспорт РФ + второй документ |
| От 0% | - | 57% |
| От 10% | 52% | 48% |
| От 20% | 48% | 41% |

4. «Мой компьютер плюс» для покупки компьютеров (кроме ноутбуков), оргтехники и периферийных устройств

* Размер кредита – от 3 000 до 100 000 рублей
* Первый взнос – от 10% от стоимости товара
* Срок кредитования – 8, 10, 12, 14, 16, 18 или 24 месяца
* Без комиссии за предоставление кредита
* Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 18):

Таблица 18

Процентная ставка «Мой компьютер плюс»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Размер Первого взноса | Процентная ставка (годовых) | |
| Паспорт РФ | Паспорт РФ + второй документ |
| От 10% | 45% | 42% |
| От 20% | 42% | 39% |

5. «Мобильный +»

* Cрок кредита – 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18 и 24 мес.,
* Первоначальный взнос – от 10%, от 20% и от 50% от стоимости Товара.
* Без комиссии за предоставление кредита
* Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 19):

Таблица 19

Процентная ставка «Мобильный +»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Размер Первого взноса | Процентная ставка (годовых) | |
| Паспорт РФ | Паспорт РФ + второй документ |
| От 0% | 75% | 72% |
| От 20% | 72% | 69% |
| От 50% | 67% | 59% |

* Минимальный размер кредита – 3 000 руб.,
* Максимальный размер кредита – 50 000 руб.,
* Досрочное погашение возможно через 3 месяца.

6. «Новый вариант»

* Срок кредита – 5, 6, 7, 8, 9, 10 мес.;
* Первоначальный взнос - 10, 20, 30, 40, 50% от стоимости Товара;
* Без комиссии за предоставление кредита;
* Процентная ставка за пользование кредитом:

Таблица 20

Процентная ставка ««Новый вариант»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Количество Ежемесячных платежей | Размер первого взноса, % от стоимости Товара | | | | |
| 10 | 20 | 30 | 40 | 50 |
| 10 | 23,60% | 26,40% | 30,10% | 34,70% | 41,40% |
| 9 | 26,00% | 29,00% | 33,00% | 38,20% | 45,40% |
| 8 | 28,80% | 32,30% | 36,60% | 42,40% | - |
| 7 | 32,40% | 36,30% | 41,20% | 47,70% | - |
| 6 | 37,00% | 41,50% | 47,10% | - | - |
| 5 | 43,10% | 48,40% | - | - | - |

* Минимальный размер кредита – 3 000 руб.;
* Максимальный размер кредита – 100 000 руб.;

7. 0% Мобильный телефон

* Срок кредита – 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18 и 24 месяца;
* Первоначальный взнос – от 0%;
* Максимальный размер кредита – 50 000 руб.;
* Минимальный размер кредита – 3 000 руб.;
* Без комиссии за предоставление кредита;
* Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 21):

Таблица 21

Процентная ставка ««0% Мобильный телефон»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Размер Первого взноса | Процентная ставка (годовых) | |
| Паспорт РФ | Паспорт РФ + второй документ |
| От 0% | \_ | 79% |
| От 10% | 75% | 72% |
| От 20% | 72% | 69% |
| От 50% | 67% | 59% |

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предлагает своим клиентам новые уникальные банковские карты:

1. Карта БОЛЬШЕ!:

* БОЛЬШЕ радости, БОЛЬШЕ уверенности, БОЛЬШЕ счастья
* Кредитный лимит – от 20 до 100 000 рублей на любые цели
* Льготный период – до 51 дня
* Годовая процентная ставка - 27,9%
* Выпуск и активация Карты – бесплатно

Карта БОЛЬШЕ! для абонентов МТС:

* БОЛЬШЕ радости, БОЛЬШЕ уверенности, БОЛЬШЕ счастья
* Бонус, равный 400 рублям на лицевой счет в МТС после совершения первой покупки по Карте до 8 марта 2009 года
* Кредитный лимит – от 10 000 до 100 000 рублей на любые цели
* Льготный период – до 51 дня
* Годовая процентная ставка - 24,9% за покупки, оплаченные Картой
* Выпуск и активация Карты – бесплатно

2. Карта MAXIMUM:

* MAXIMUM свободы и удобства
* Льготный период – до 51 дня
* Годовая процентная ставка на покупки - 24,9%
* Кредитный лимит – от 10 000 до 100 000 рублей на любые цели
* Выпуск и активация Карты – бесплатно
* MAXIMUM скидок в подарок от ISIC

3. Карта Хоум Кредит:

* Свободный доступ к денежным средствам Банка для снятия наличных и оплаты покупок
* Годовая процентная ставка - 19%
* Кредитный лимит – от 10 000 до 100 000 рублей на любые цели
* Льготный период – до 51 дня
* Фиксированный размер ежемесячных платежей
* Выпуск и активация Карты – бесплатно

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предлагает своим новым и существующим клиентам уникальную возможность - одновременно получить потребительский кредит в магазине, совершить покупку, оформить банковскую карту.

4. Карта Зеленый свет

* «Зеленый свет» Вашим покупкам;
* Система вознаграждений при снятии наличных
* Постоянный доступ к кредитам от 10 000 рублей до 60 000 рублей
* Льготный период – до 51 дня
* Годовая процентная ставка - 19%
* Выпуск и активация Карты – бесплатно

5. Карта Послушный кредит

* Постоянный доступ к кредитам от 6 000 рублей до 40 000 рублей
* Беспроцентный период – 31 день с момента активации Карты
* Возможность выбирать сумму и срок ежемесячного платежа (но не менее минимального и не реже 1 раза в месяц) и дату полного погашения задолженности
* Годовая процентная ставка - 19%
* Выпуск и активация Карты – бесплатно

ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" является активным оператором на рынке межбанковского кредитования в рублях и иностранной валюте.

**3.2. Структура кредитного портфеля**

Кредитный портфель представляет собой остаток кредитной задолженности по балансу коммерческого банка на определенную дату. т.е. совокупность требований банка по кредитам, которые классифицированы на основе определенных критериев.

В российской экономической литературе кредитный портфель определяется как: совокупность выданных ссуд, которые классифицируются на основе критериев, связанных с различными факторами кредитного риска или способами защиты от него.

Приоритетными направлениями деятельности Банка является предоставление кредитов и финансовых услуг физическим лицам в сегменте банковской розницы: на покупку потребительских товаров непосредственно в местах продаж, а также предоставление кредитов на основе пластиковых карт (доля в портфеле Банка – порядка 30% от общего портфеля, на 30/09/2008) и кредитов наличными (доля – свыше 18% от общего портфеля на 30/09/2008) как для клиентов, ранее пользовавшихся потребительским кредитом Банка, так и для новых клиентов через сеть собственных офисов, а также через партнерскую сеть.

Банк предоставляет потребительские кредиты (в основном на приобретение бытовой, аудио/видео техники, мебели, мобильных телефонов – свыше 50 категорий товаров.) через широкую сеть магазинов-партнеров в Москве и регионах Российской Федерации. Услуги Банка доступны более чем в 1 200 городах в 80 регионах Российской Федерации.

Одной из основных задач Банка является быть клиентоориентированным банком, который может предложить своим клиентам, как из числа существующих, так и из числа потенциальных потребителей, конкурентоспособные условия кредитования, которые смогут удовлетворить потребительские запросы. Банк активно ведет работу с собственной клиентской базой для эффективных перекрестных продаж дополнительных и новых продуктов для построения долгосрочных отношений с клиентами. По состоянию на отчетный период общее количество клиентов, получивших кредит в Банке, составило более 15 млн. человек. Согласно исследованию Банка Usage & Attitude, посвященного изучению отношения потребителей к брендам банков и их продуктам, Банк "Хоум Кредит" входит в топ-5 банков по уровню знания бренда: этот показатель составил 72% от общего числа опрошенных.

Клиентами Банка могут стать жители России в возрасте от 18, имеющие стабильный источник дохода и постоянную прописку в одном из регионов страны, где Банк предоставляет свои услуги. Условия кредитования (размер первоначального взноса, срок кредита, процентная ставка и пр.) зависят от вида кредита, стоимости товаров, приобретаемых в кредит, кредитного продукта, категории риска товара/продавца/клиента.

Банк предлагает своим клиентам с положительной кредитной историей доступ к новым продуктам и предложениям, используя прямую почтовую рассылку (direct mail) и телемаркетинговые кампании, что позволяет повысить эффективность взаимодействия эмитента с клиентами и увеличить прибыльность в среднесрочной и долгосрочной перспективах. В рамках этих мероприятий предлагаются такие продукты, как кредиты на основе пластиковых карт и кредиты наличными, которые стали предлагаться клиентам с 2006 года.

В ноябре 2004 г. эмитент приступил к выпуску расчетных карт Maestro международной платежной системы MasterCard International.

Клиенты Банка могут вносить платежи в счет погашения задолженности по кредиту более чем в 40 000 пунктах приема платежей, благодаря сотрудничеству Банка с ФГУП «Почта России» и развитию сети кредитно-кассовых офисов Банка. Для упрощения процедуры внесения платежей часть необходимой для погашения кредита информации содержится на бланках в закодированном виде, которые клиент получает сразу после предоставления Банком кредита.

Банк «Хоум Кредит» уведомил о денежных результатах за 6 месяцев 2008года в соответствии с МСФО. По состоянию на 30 июня 2008 года общий объем выданных по картам банка кредитов составил 11,3 млрд. рублей, что на 140% больше показателей аналогичного периода 2007 года. На конец первого полугодия банком было выпущено порядка 6 млн. кредитных карт. Согласно данным банка, «Хоум Кредит» сильно увеличил за полгода объем операций по кредитам наличными: общий объем выданных кредитов по результатам первого полугодия составил 4 млрд. рублей по сравнению с 170 млн. рублей, выданных за такой же период 2007 года. Несмотря на рост показателей в сегментах кредитных карт и кредитов наличными, объемы товарного кредитования в банковском учреждении сократились до 6% на отчетную дату в связи с диверсификацией кредитного портфеля банка за счет увеличения операций по кредитным картам и кредитам наличными. Портфель ипотечных кредитов банка, которые предоставляются в сегменте низко-рискованных кредитов на рынке в Российской Федерации, вырос до 1 185 млн. рублей, при полном отсутствии просроченных кредитов. Доля ипотечных кредитов в общем кредитном портфеле банка увеличилась до 3% по сравнению с результатами на конец года. Уровень просроченной задолженности банка снизился до 13, 7% от общего портфеля.

Таблица 22

Структура кредитного портфеля Хоум Банка

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кредитов | 2007год | | 2008 год | |
| млрд.руб. | % | млрд.руб. | % |
| Товарные кредиты | 20,6 | 23,5 | 25,7 | 24,6 |
| Автокредиты | 10,2 | 11,6 | 11,3 | 10,8 |
| Ипотечные кредиты | 45,8 | 52,2 | 43,2 | 41,3 |
| Кредиты наличными | 3,0 | 3,4 | 6,1 | 5,8 |
| Карточные кредиты | 8,2 | 9,3 | 18,3 | 17,5 |
| Итого | 87,8 | 100 | 104,6 | 100 |

Как видно из таблицы, увеличились товарные кредиты на 24,7% (25,7/20,6\*100-100%) – одно из главных звеньев формирования прибыли банка; автокредиты на 10,7% (11,3/10,2\*100-100%) – относительно новое веяние в кредитовании банка, развитое пока только в более крупных городах; кредиты наличными денежными средствами на 103% (6,1/3\*100-100%) – самое главное новшество в деятельности Хоум Банка; карточные кредиты на 120% (18,3/8,2\*100-100%) – активно развивающийся рынок в России. Уменьшилось только ипотечное кредитование на 5,5% (43,/45,8\*100-100%) по решению самого Правления Хоум Банка.

**3.3. Рекомендации по совершенствованию деятельности банка на рынке потребительского кредитования.**

Мероприятия для улучшения финансовой деятельности можно разделить на следующие группы:

* расширять и постоянно совершенствовать спектр предлагаемых клиентам продуктов и услуг, которые бы отвечали рыночным тенденциям, например, увеличить беспроцентный период по карточным кредитам до двух месяцев вместо одного;
* расширять и диверсифицировать каналы дистрибуции кредитных продуктов, посредством открытия новых представительств и кредитно-кассовых офисов в регионах страны, поддержания долгосрочных отношений с магазинами-партнерами, поиск новых партнеров и открытие кредитных точек, а также за счет расширения сотрудничества с ФГУП Почта России;
* модифицировать и совершенствовать методы работы с просроченной задолженностью для повышения качества кредитного портфеля, например, обмен базами клиентов из «черного списка» с другими банками;
* развивать маркетинговую деятельность, повышать узнаваемость и доступность бренда Банка для различных целевых аудиторий на всех сегментах рынка, на которых представлен Банк, например, реклама на радио и телевидение;
* постоянно совершенствовать эффективность функционирования и управления, например, получение ежедневных отчетов в виде СМС от кредитных экспертов о размере выданных кредитов;
* повышать инвестиционную привлекательность компании, например, эмиссия облигаций с дисконтом более высоким, чем у конкурентов;
* привлекать к работе высокопрофессиональных специалистов для успешной реализации стратегии Банка, например, экспертов фондовой биржи для успешной реализации эмиссии облигаций.

Рассмотрим подробнее инвестиционный проект по увеличению количества кредитных точек на 34% за 1 год для достижения доли российского рынка потребительского кредитования 40%.

Цель инвестиционного проекта: Открытие новых кредитных точек в перспективных регионах России в количестве 10946 шт. за 1 год (в среднем каждый год открывается 8000 кредитных точек; каждая из них в среднем приносит ежегодный доход 524 000 руб. ).

Задачи:

1- Увеличение кредитных точек за 1 квартал 2009 на 8,5%=34/4 (2737 шт.=10946/4)

2- Увеличение кредитных точек за 2 квартал 2009 на 8,5% (2736 шт.)

3- Увеличение кредитных точек за 3 квартал 2009 на 8,5% (2736 шт.)

4- Увеличение кредитных точек за 4 квартал 2009 на 8,5% (2736шт.)

Результат: Увеличение доходов банка на 32%, прибыли на 33% и доли рынка товарного потребительского кредитования до 40%

Этапы проекта:

1. Этап сбора информации и прогнозирования объемов реализации.

Аналитические данные, полученные из ежегодных отчетов Хоум Банка, для составления проекта представлены в следующей таблице:

Таблица 23

Показатели кредитных точек, доходов, прибыли и доли рынка за 3 года (по данным отчета о прибылях и убытках за 2007 и 2008 гг.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Значение показателя | | |
| за 2007 год | за 2008 год | за 2009 год (план) |
| Количество кредитных точек | 25163 шт. | 32954 шт. | 43900 шт. |
| Доходы банка по товарному кредитованию | 12,2 млрд.руб. | 17,3 млрд.руб. | 23 млрд.руб. |
| Налоги (включая налог на прибыль) | 2,7 млрд. руб. | 2,1 млрд. руб. | 2,8 млрд. руб. |
| Чистая прибыль по товарному кредитованию | 2,3 млрд. руб. | 1,8 млрд. руб. | 2,4 млрд. руб. |
| Доля рынка товарного кредитования | 21% | 30% | 40% |

Вывод: Количество кредитных точек увеличилось за 2008 год на 7791 шт. (32954-25163) или 31% (32954/25163\*100%-100%), при этом доходы банка возросли на 5,1 млрд. руб. (17,3-12,2) или на 40% (17,3/12,2\*100%-100%), налоги уменьшились на 0,6 млрд. руб. (2,1-2,7) или на 22% (2,1/2,7\*100-100%) а доля рынка – на 9% (30-21). Но в связи с увеличением процентных выплат по привлеченному финансированию прибыль снизилась на 0,5 млрд. руб. (1,8-2,3) или на 22% (1,8/2,3\*100-100%)

Планируется за 2009 год выполнить план инвестиционного проекта, то есть увеличить число кредитных точек на 10946 шт. (43900-32954), доходы банка на 5,7 млрд. руб. (23-17,3), чистой прибыли на 0,6 млрд. руб. (2,4-1,8) и доли рынка на 10% (40-30).

2. Этап прогнозирования объемов работ и прибыли.

Таблица 24

Показатели потребительского кредитования, осуществляемого в магазинах-партнерах на 2009 год.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Единица измерения | 2009 год |
| Кредитные точки  1 квартал 2009  2 квартал 2009  3 квартал 2009  4 квартал 2009  итог | шт. | 10975  10975  10975  10975  43900 |
| Доход от потребительского кредитования  1 квартал 2009  2 квартал 2009  3 квартал 2009  4 квартал 2009  итог | млрд. руб. | 5,75  5,75  5,75  5,75  23 |
| Прибыль  1 квартал 2009  2 квартал 2009  3 квартал 2009  4 квартал 2009  итог | млрд. руб. | 0,6  0,6  0,6  0,6  2,4 |

3. Этап определения требуемого размера инвестиций.

Таблица 25

Планируемые показатели затрат инвестиционного проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Единица измерения | Стоимостное значение | Комментарии |
| Затраты на открытие 1 кредитной точки  (включая  - Оборудование  -Оплата труда  - Канцелярские принадлежности  - Маркетинг кредитной точки (реклама)  - Представительские расходы – заключение договоров, транспортные, организационные расходы) | руб. | 70000  45000  5000  1000  10000  9000 | Единовременные затраты - по данным справок бухгалтерского отдела развития |
| Общие затрата за год на открытие 10946 точек  1 квартал 2009  2 квартал 2009  3 квартал 2009  4 квартал 2009  итог | млрд. руб. | 0,192  0,192  0,192  0,192  0,768 | Единовременные затраты – расчет осуществляется путем умножения затрат на 1 точку и количества точек |

**4. Этап оценки доступности требуемых источников финансирования.**

Затраты в объеме 0,768 млрд. руб. планируется взять из резервного фонда развития инвесторов Хоум Банка, не затрагивающего интересы клиентов банка (который на 01.10.2008 по обновленным данным из учредительных документов банка составлял 21,3 млрд. руб.)

Планируется сохранить такой темп доходов в течении периода, пока не окупятся инвестиционные вложения, не восстановятся средства в резервном фонде из нераспределенной прибыли (составляет 75% чистой прибыли – по плану 1,8 млрд.руб.) и заморозить открытие новых кредитных точек (только замена неэффективных точек эффективными)

**5. Этап оценки капиталовложений**

Для оценки капиталовложений произведем расчет срока окупаемости

срок окупаемости = затраты/прибыль

срок окупаемости = 0,768/1,8=0,43 года=5,16 месяцев

За 5,16 месяцев инвесторы банка смогут вернуть затраченные средства, если не снизят плановый темп получения доходов и прибыли.

**Заключение**

Достижение устойчивого экономического роста и поддержание его высоких темпов является одной из главных целей на современном этапе развития России. Важная роль в формировании совокупного спроса принадлежит конечному потреблению сектора домашних хозяйств, составляющему около половины ВВП, предопределяет возможности дальнейшего роста экономики за счет повышения расходов этого сектора.

В условиях девальвации рубля в результате кризиса августа 1998 г. у российских производителей появились реальные возможности расширить объемы производства главным образом ввиду начавшегося процесса импортозамещения. Сокращение внутреннего спроса, обусловленное снижением реальных денежных доходов населения, препятствовало большей динамичности ВВП. Экономический кризис продемонстрировал большую чувствительность населения к изменению условий хозяйствования. Начиная с 2000 г., определяющими для роста экономики стали внутренние факторы спроса, опирающиеся на увеличение расходов на конечное потребление сектора домашних хозяйств. На современном этапе реальные денежные доходы основной части населения, несмотря на наметившуюся тенденцию к росту, недостаточно велики. Очевидно, что спрос при слабом развитии финансового рынка и доминировании самофинансирования имеет свои внутренние ограничения. Потребительский кредит представляется одним из способов решения указанной проблемы. Устраняя противоречие между потребностями населения и возможностью их удовлетворения за счет текущих денежных доходов, потребительский кредит активизирует спрос, способствует повышению уровня благосостояния населения. По состоянию на 01.12.2008 г. объем кредитов населению составил 281,9 млрд. руб. В последние годы он рос быстрыми темпами, ежегодно увеличиваясь в 1,5-2 раза. Однако по отношению к объему оборота розничной торговли задолженность населения по кредитам составляет менее 4%. В то же время есть сегменты потребительского рынка, на которых потребительский кредит играет важную роль: в секторе бытовой и компьютерной техники уже около 25% покупок совершается в кредит. Таким образом, в перспективе потребительский кредит может приобрести большое макроэкономическое значение. В последние несколько лет в России сложились благоприятные условия для развития рынка потребительского кредита. Быстрое наращивание капитала в банковской сфере в связи с действием ряда макроэкономических факторов вызвало проблему размещения средств. Одним из перспективных направлений деятельности банков, когда они вынуждены искать относительно новые сферы применения капитала, является потребительское кредитование. На современном этапе развития России актуальной задачей становится формирование цивилизованного рынка потребительского кредита, способного в значительной степени стать источником стимулирования спроса населения на товары и услуги и, как следствие, повышения уровня его благосостояния и создания дополнительных импульсов экономического роста.

В нашей работе мы рассмотрели деятельность Хоум Банка, по данным финансовой отчетности и мнениям экспертов, она признана стабильной по всем параметрам. Банка занимает одну из ведущих мест на рынке потребительского кредитования. Главная цель банка – расширение географических просторов своей кредитной деятельности и увеличение доходных показателей. Поэтому был предложен ряд мероприятий по эффективному развитию потребительского кредитования. Более конкретно рассмотрен инвестиционный проект по увеличению кредитных точек по России с целью увеличения доходов, прибыли и доли рынка. Мы представили все фактические и плановые показатели в таблицах для более удобного представления. Распределили затраты и доходы по кварталам года. И получили срок окупаемости 5,16 месяцев.

**Список литературы**

1. Банки и банковские операции. Учебник для вузов /Под ред. Е.Ф. Жуковой – М.: Банки и биржи ЮНИТИ, 2007.
2. Гарбузов, А.К. Финансово-кредитный словарь, том II. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. Гольцберг, М.А. Хасан-Бек, Л.М. Кредитование. Пер. с англ. – Киев: Торгово-издательское бюро ВHV, 2008.
4. Гизман А.В., журнал «Деньги и кредит». - М.: Вагриус, №6 2008
5. Лаврушина, О.И. Организация и планирование кредита. – М.: Финансы и статистика, 2006.
6. Липсиц, И.В. Экономика без тайн. – М.: Дело ЛТД, 2006.
7. Лукьянов, А. Предпринимательство. Финансовая и ценовая политика. - Таллинн, 2005.
8. Прикладная экономика. Пер. с англ./ Junior Achievement. – М.: Просвещение, 2006.
9. Положение ЦБРФ “Федеральный закон о банках и банковской деятельности” – М.: 2007.
10. Современный финансово-кредитный словарь. /Под общ. Ред. М.Г. Лапусты, П.С. Никольского – М.: ИНФРА – М.:2008.
11. Чацкис, Е.Д. Толковый словарь финансово – бухгалтерских терминов и понятий. – С.-П.: Сталкер, 2005.
12. Финансы. Денежное обращение. Кредит: Учебник для вузов. Под ред. Проф. Л.А. Дробозиной – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2007.
13. Финансы, денежное обращение и кредит. Учебник / Под ред. В.К. Сенчагова, А.И. Архипова. – М.: Проспект, 2007.
14. Хайнуллин Г.Г., журнал «Финансовый эксперт». - М.: Сириус, №7, 2008
15. Чешкин В.А., журнал «Коммерсантъ». - М.: Деловая литература, №11, 2008

**Приложение 1**

**Квартальная бухгалтерская отчетность**

**ООО «ХКФ Банк»**

Квартальная бухгалтерская отчетность

ООО «ХКФ Банк»

Банковская отчетность

+--------------+------------------------------------------------------------------+

|Код территории| Код кредитной организации (филиала)|

| по ОКАТО +----------------+---------------------+---------------+-----------+

| | по ОКПО | Основной |Регистрационный| БИК|

| | | государственный |номер (/поряд- | |

| | |регистрационный номер| ковый номер) | |

+--------------+----------------+---------------------+---------------+-----------+

|45272 |09807804 |1027700280937 | 0316 | 044585216 |

+--------------+----------------+---------------------+---------------+-----------+

**ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

по состоянию на 01.10.2008 г.

Наименование кредитной организации (ее филиала)

ООО ХКФ Банк

Почтовый адрес

124482, Москва, Зеленоград, к.317 А

Код формы 0409102

Квартальная

тыс.руб.

+-----+-------------------------------------+---------+-----------------------+---------------+

| | | | Суммы | |

| № | Наименование статей | Символы +--------------+--------------+ Всего |

| п/п | | | в рублях |в ин.валюте и | (гр.4 + гр.5) |

| | | | |драг.металлах | |

| | | | | в рублевом | |

| | | | | эквиваленте | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Глава I. ДОХОДЫ | | | | |

| | | | | | |

| | А. От банковских операций и других сделок | | | | |

| | | | | | |

| | Раздел 1. Процентные доходы | | | | |

| | | | | | |

| | 1. По предоставленным кредитам | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Минфину России | 11101 | 0| 0| 0|

| 2 | Финансовым органам субъектов Российской | 11102 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 3 | Государственным внебюджетным фондам Российской| 11103 | 0| 0| 0|

| | Федерации | | | | |

| 4 | Внебюджетным фондам субъектов Российской | 11104 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 5 | Финансовым организациям, находящимся в фе- | 11105 | 0| 0| 0|

| | деральной собственности | | | | |

| 6 | Коммерческим организациям, находящимся в | 11106 | 0| 0| 0|

| | федеральной собственности | | | | |

| 7 | Некоммерческим организациям, находящимся | 11107 | 0| 0| 0|

| | в федеральной собственности | | | | |

| 8 | Финансовым организациям, находящимся в госу- | 11108 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 9 | Коммерческим организациям, находящимся в госу-| 11109 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 10 | Некоммерческим организациям, находящимся в го-| 11110 | 0| 0| 0|

| | сударственной(кроме федеральной) собственности| | | | |

| 11 | Негосударственным финансовым организациям | 11111 | 0| 0| 0|

| 12 | Негосударственным коммерческим организациям |11112|40945| 0| 40945|

| 13 | Негосударственным некоммерческим организациям | 11113 | 0| 0| 0|

| 14 | Индивидуальным предпринимателям | 11114 | 1592| 0| 1592|

| 15 | Гражданам (физическим лицам) | 11115 | 7426533| 321007| 7747540|

| 16 | Юридическим лицам - нерезидентам | 11116 | 319735| 5841| 325576|

| 17 | Физическим лицам - нерезидентам | 11117 | 1584| 6832| 8416|

| 18 | Кредитным организациям | 11118 | 10337| 19895| 30232|

| 19 | Банкам-нерезидентам | 11119 | 0| 21065| 21065|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 11101-11119 | 0 | 7800726| 374640| 8175366|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. По прочим размещенным средствам в: | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Минфине России | 11201 | 0| 0| 0|

| 2 | Финансовых органах субъектов Российской | 11202 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 3 | Государственных внебюджетных фондах Российской| 11203 | 0| 0| 0|

| | Федерации | | | | |

| 4 | Внебюджетных фондах субъектов Российской | 11204 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 5 | Финансовых организациях, находящихся в фе- | 11205 | 0| 0| 0|

| | деральной собственности | | | | |

| 6 | Коммерческих организациях, находящихся в | 11206 | 0| 0| 0|

| | федеральной собственности | | | | |

| 7 | Некоммерческих организациях, находящихся | 11207 | 0| 0| 0|

| | в федеральной собственности | | | | |

| 8 | Финансовых организациях, находящихся в госу- | 11208 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 9 | Коммерческих организациях, находящихся в госу-| 11209 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 10 | Некоммерческих организациях, находящихся в го-| 11210 | 0| 0| 0|

| | сударственной(кроме федеральной) собственности| | | | |

| 11 | Негосударственных финансовых организациях | 11211 | 18383| 0| 18383|

| 12 | Негосударственных коммерческих организациях | 11212 | 0| 0| 0|

| 13 | Негосударственных некоммерческих организациях | 11213 | 0| 0| 0|

| 14 | Юридических лицах - нерезидентах | 11214 | 0| 2864| 2864|

| 15 | Кредитных организациях | 11215 | 0| 0| 0|

| 16 | Банках-нерезидентах | 11216 | 0| 0| 0|

| 17 | В Банке России | 11217 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 11201-11217 | 0 | 18383| 2864| 21247|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. По денежным средствам на счетах | | | | |

| | | | | | |

| 1 | В Банке России | 11301 | 0| 39| 39|

| 2 | В кредитных организациях | 11302 | 99| 10| 109|

| 3 | В банках-нерезидентах | 11303 | 0| 77| 77|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 11301-11303 | 0 | 99| 126| 225|

+-----+-----------------------------------+--------+-------------+-------------+--------------+

| | | | | | |

| | 4. По депозитам размещенным | | | | |

| | | | | | |

| 1 | В Банке России | 11401 | 0| 0| 0|

| 2 | В кредитных организациях | 11402 | 0| 0| 0|

| 3 | В банках-нерезидентах | 11403 | 0| 8252| 8252|

+-----+--------------------------------+---------+--------------+--------------+--------------+

| | Итого по символам 11401-11403 | 0 | 0| 8252| 8252|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 5. По вложениям в долговые обязательства | | | | |

| | (кроме векселей) | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Российской Федерации | 11501 | 0| 0| 0|

| 2 | Субъектов Российской Федерации и органов | 11502 | 0| 0| 0|

| | местного самоуправления | | | | |

| 3 | Банка России | 11503 | 3810| 0| 3810|

| 4 | Кредитных организаций | 11504 | 8122| 0| 8122|

| 5 | Прочие долговые обязательства | 11505 | 727| 0| 727|

| 6 | Иностранных государств | 11506 | 0| 0| 0|

| 7 | Банков-нерезидентов | 11507 | 0| 0| 0|

| 8 | Прочие долговые обязательства нерезидентов | 11508 | 0| 0| 0|

+-----+----------------------------------+---------+-------------+-------------+--------------+

| | Итого по символам 11501-11508 | 0 | 12659| 0| 12659|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 6. По учтенным векселям | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Органов федеральной власти | 11601 | 0| 0| 0|

| 2 | Органов власти субъектов Российской Федерации | 11602 | 0| 0| 0|

| | и органов местного самоуправления | | | | |

| 3 | Кредитных организаций | 11603 | 0| 0| 0|

| 4 | Векселям прочих резидентов | 11604 | 0| 0| 0|

| 5 | Органов государственной власти иностранных | 11605 | 0| 0| 0|

| | государств | | | | |

| 6 | Органов местной власти иностранных государств | 11606 | 0| 0| 0|

| 7 | Банков-нерезидентов | 11607 | 0| 0| 0|

| 8 | Векселям прочих нерезидентов | 11608 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 11601-11608 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 1 | 0 | 7831867| 385882| 8217749|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 2. Другие доходы от банковских операций | | | | |

| | и других сделок | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Доходы от открытия и ведения банковских | | | | |

| | счетов, расчетного и кассового обслуживания | | | | |

| | клиентов | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Вознаграждение за открытие и ведение банковс- | 12101 | 89695| 1| 89696|

| | ких счетов | | | | |

| 2 | Вознаграждение за расчетное и кассовое | 12102 | 9409314| 1299|9410613|

| | обслуживание | | | | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 12101-12102 | 0 | 9499009| 1300| 9500309|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Доходы от купли-продажи иностранной валюты | | | | |

| | в наличной и безналичной формах | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Доходы от купли-продажи иностранной валюты | 12201| 213149| х | 213149|

| | в наличной и безналичной формах | | | | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символу 12201 | 0 | 213149| х | 213149|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. Доходы от выдачи банковских гарантий и | | | | |

| | поручительств | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Доходы от выдачи банковских гарантий и по- | 12301 | 12458| 0| 12458|

| | ручительств | | | | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символу 12301 | 0 | 12458| 0| 12458|

+-----+-----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 4. Доходы от проведения других сделок | | | | |

| | | | | | |

| 1 | От погашения и реализации приобретенных | 12401 | 0| х | 0|

| | прав требования | | | | |

| 2 | От операций по доверительному управлению | 12402 | 0| 0| 0|

| | имуществом | | | | |

| 3 | От операций с драгоценными металлами и дра- | 12403 | 0| х | 0|

| | гоценными камнями | | | | |

| 4 | От предоставления в аренду специальных по- | 12404 | 2932| 0| 2932|

| | мещений и сейфов для хранения документов и | | | | |

| | ценностей | | | | |

| 5 | От операций финансовой аренды (лизинга) | 12405 | 0| 0| 0|

| 6 |От оказания консультационных и информацион-|12406|33158|12951|46109|

| | ных услуг | | | | |

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 12401-12406 | 0 | 36090| 12951| 49041|

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 2 | 0 | 9760706| 14251| 9774957|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

|Итого по группе доходов А "От банковских опе-|0|17592573|400133|17992706

| | раций и других сделок" (1 - 2 разделы) | | | | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Б. Операционные доходы | | | | |

| | | | | | |

| | Раздел 3. Доходы от операций с ценными | | | | |

| | бумагами, кроме процентов, дивидендов и | | | | |

| | переоценки | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Доходы от операций с приобретенными ценными | | | | |

| | бумагами | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Российской Федерации | 13101 | 0| х | 0|

| 2 | Субъектов Российской Федерации и органов | 13102 | 0| х | 0|

| | местного самоуправления | | | | |

| 3 | Банка России | 13103 | 0| х | 0|

| 4 | Кредитных организаций | 13104 | 417| х | 417|

| 5 | Прочих ценных бумаг | 13105 | 0| х | 0|

| 6 | Иностранных государств | 13106 | 0| х | 0|

| 7 | Банков-нерезидентов | 13107 | 0| х | 0|

| 8 | Прочих ценных бумаг нерезидентов | 13108 | 0| х | 0|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 13101-13108 | 0 | 417| | 417|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Доходы от операций с выпущенными ценными | | | | |

| | бумагами | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Доходы от операций с выпущенными ценными | 13201 | 0| 0| 0|

| | бумагами | | | | |

+-----+--------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символу 13201 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 3 | 0 | 417| 0| 417|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 4. Доходы от участия в капитале других | | | | |

| | организаций | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Дивиденды от вложений в акции | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Кредитных организаций | 14101 | 0| 0| 0|

| 2 | Других организаций | 14102 | 0| 0| 0|

| 3 | Банков-нерезидентов | 14103 | 0| 0| 0|

| 4 | Других организаций-нерезидентов | 14104 | 0| 11| 11|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 14101-14104 | 0 | 0| 11| 11|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Дивиденды от вложений в акции дочерних и | | | | |

| | зависимых обществ | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Кредитных организаций | 14201 | 0| 0| 0|

| 2 | Других организаций | 14202 | 0| 0| 0|

| 3 | Банков-нерезидентов | 14203 | 0| 0| 0|

| 4 | Других организаций-нерезидентов | 14204 | 566911| 0| 566911|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 14201-14204 | 0 | 566911| 0| 566911|

+-----+---------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. Доходы от участия в хозяйственных обществах | | | | |

| | (кроме акционерных) | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Кредитных организациях | 14301 | 0| 0| 0|

| 2 | Банках-нерезидентах | 14302 | 0| 0| 0|

| 3 | Других организациях | 14303 | 0| 0| 0|

| 4 | Других организациях-нерезидентах | 14304 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 14301-14304 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 4. Доходы от участия в дочерних и зависимых | | | | |

| | хозяйственных обществах (кроме акционерных) | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Кредитных организациях | 14401 | 0| 0| 0|

| 2 | Банках-нерезидентах | 14402 | 0| 0| 0|

| 3 | Других организациях | 14403 | 0| 0| 0|

| 4 | Других организациях-нерезидентах | 14404 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 14401-14404 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 4 | 0 | 566911| 11| 566922|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 5. Положительная переоценка | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Положительная переоценка ценных бумаг, | | | | |

| | средств в иностранной валюте, драгоценных | | | | |

| | металлов | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Ценных бумаг (балансовый счет № 70602, при | 15101 | 4974| х | 4974|

| | составлении годового бухгалтерского отчета - | | | | |

| | балансовый счет № 70702) | | | | |

| 2 Средств в иностранной валюте (балансовый | 15102 |12339481|х| 12339481|

| | счет № 70603, при составлении годового бухгал-| | | | |

| | терского отчета - балансовый счет № 70703) | | | | |

| 3 | Драгоценных металлов (балансовый счет № 70604,| 15103 | 0| х | 0|

| | при составлении годового бухгалтерского | | | | |

| | отчета - балансовый счет № 70704) | | | | |

+-----+---------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 15101-15103 | 0 | 12344455| х | 12344455|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Доходы от применения встроенных производных | | | | |

| | инструментов, неотделяемых от основного | | | | |

| | договора (балансовый счет № 70605, при | | | | |

| | составлении годового бухгалтерского | | | | |

| | отчета - балансовый счет № 70705): | | | | |

| | | | | | |

| 1 | От изменения курса ценной бумаги| 15201 | 0| х | 0|

| 2 | От изменения валютного курса | 15202 | 996| х | 996|

| 3 | От изменения индекса цен | 15203 | 0| х | 0|

| 4 | От изменения других переменных | 15204 | 0| х | 0|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 15201-15204 | 0 | 996| х | 996|

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 5 | 0 | 12345451| х | 12345451|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 6. Другие операционные доходы | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Доходы от расчетных (беспоставочных) срочных| | | | |

| | сделок | | | | |

| | | | | | |

| 1 | От изменения ставки процента | 16101 | 74733| 0| 74733|

| 2 | От изменения курса ценной бумаги | 16102 | 0| 0| 0|

| 3 | От изменения валютного курса | 16103 | 1303727| 1071564| 2375291|

| 4 | От изменения индекса цен | 16104 | 0| 0| 0|

| 5 | От изменения других переменных | 16105 | 0| 0| 0|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 16101-16105 | 0 | 1378460| 1071564|2450024|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Комиссионные вознаграждения | | | | |

| | | | | | |

| 1 | За проведение операций с валютными ценностями | 16201 | 0| 0| 0|

| 2 | От оказания посреднических услуг по брокерским| 16202 | 100| 0| 100|

| | и аналогичным договорам | | | | |

| 3 | По другим операциям | 16203 | 3293150| 192| 3293342|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 16201-16203 | 0 |3293250| 192| 3293442|

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. Другие операционные доходы | | | | |

| | | | | | |

| 1 | От сдачи имущества в аренду | 16301 | 21271| 0| 21271|

| 2 | От выбытия (реализации) имущества | 16302 | 36500| х | 36500|

| 3 | От дооценки основных средств после их уценки | 16303 | 0|х | 0|

| 4 | От передачи активов в доверительное управление| 16304 | 0| 0| 0|

5От восстановления сумм резервов на возможные|16305|10307870|х|10307870|

| | потери | | | | |

| 6 | Прочие операционные доходы | 16306 | 8543| 0| 8543|

+-----+-----------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 16301-16306 | 0 | 10374184| 0| 10374184|

+-----+----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 6 | 0 | 15045894| 1071756| 16117650|

+-----+--------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

Итого по группе доходов Б "Операционные дохо-27958673|1071767|29030440|

| | ды" (3 - 6) разделы | | | | |

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | В. Прочие доходы | | | | |

| | | | | | |

| | Раздел 7. Прочие доходы | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Штрафы, пени, неустойки | | | | |

| | | | | | |

1 | По операциям привлечения и предоставления|17101|1707016|7246|1714262|

| | (размещения) денежных средств | | | | |

| 2 | По другим банковским операциям и сделкам | 17102 | 25| 0| 25|

| 3 | По прочим (хозяйственным) операциям | 17103 | 438| 0| 438|

+-----+-----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 17101-17103 | 0 | 1707479| 7246| 1714725|

+-----+----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Доходы прошлых лет, выявленные в отчетном | | | | |

| | году | | | | |

| | | | | | |

| 1 | По операциям привлечения и предоставления | 17201 | 398| 0| 398|

| | (размещения) денежных средств | | | | |

| 2 | По другим банковским операциям и сделкам | 17202 | 0| 0| 0|

| 3 | По прочим (хозяйственным) операциям | 17203 | 6067| 53| 6120|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 17201-17203 | 0 | 6465| 53| 6518|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. Другие доходы, относимые к прочим | | | | |

| | | | | | |

| 1 | От безвозмездно полученного имущества | 17301 | 0| 0| 0|

| 2 | Поступления в возмещение причиненных убыт-|17302 | 217765| 0|217765|

| | ков, в том числе страховое возмещение от стра-| | | | |

| | ховщиков | | | | |

| 3 | От оприходования излишков: | | | | |

| | материальных ценностей | 17303 | 0| 0| 0|

| | денежной наличности | 17304 | 12| 0| 12|

| 4 | От списания обязательств и невостребованной | 17305 | 10| 0| 10|

| | кредиторской задолженности | | | | |

| 5 | Другие доходы | 17306 | 1288291| 0| 1288291|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 17301-17306 | 0 | 1506078| 0| 1506078|

+-----+----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 7 (по группе доходов В "Про- | 0 |3220022|7299|3227321|

| | чие доходы") | | | | |

+-----+---------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Всего по Главе I "Доходы" (разделы 1 - 7) | 10000 | 48771268| 1479199| 50250467|

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Глава II. РАСХОДЫ | | | | |

| | | | | | |

| | А. По банковским операциям и другим сделкам | | | | |

| | | | | | |

| | Раздел 1. Процентные расходы | | | | |

| | | | | | |

| | 1. По полученным кредитам от: | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Банка России | 21101 | 0| 0| 0|

| 2 | Кредитных организаций | 21102 | 61714| 162916| 224630|

| 3 | Банков-нерезидентов | 21103 | 1459| 267222| 268681|

| 4 | Других кредиторов | 21104 | 0| 1184969| 1184969|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21101-21104 | 0 | 63173| 1615107| 1678280|

+-----+------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. По денежным средствам на банковских счетах | | | | |

| | клиентов - юридических лиц | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Финансовых организаций, находящихся в феде- | 21201 | 0| 0| 0|

| | ральной собственности | | | | |

| 2 | Коммерческих организаций, находящихся в | 21202 | 0| 0| 0|

| | федеральной собственности | | | | |

| 3 | Некоммерческих организаций, находящихся в | 21203 | 0| 0| 0|

| | федеральной собственности | | | | |

| 4 | Финансовых организаций, находящихся в госу- | 21204 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 5 | Коммерческих организаций, находящихся в госу- | 21205 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 6 | Некоммерческих организаций, находящихся в | 21206 | 0| 0| 0|

| | государственной (кроме федеральной) | | | | |

| | собственности | | | | |

| 7 | Негосударственных финансовых организаций | 21207| 86673| 0| 86673|

| 8 | Негосударственных коммерческих организаций | 21208 | 0| 0| 0|

| 9 | Негосударственных некоммерческих организаций | 21209 | 0| 0| 0|

| 10 | Кредитных организаций | 21210 | 0| 0| 0|

| 11 | Банков-нерезидентов | 21211 | 0| 0| 0|

| 12 | Индивидуальных предпринимателей | 21212 | 0| 0| 0|

| 13 | Индивидуальных предпринимателей-нерезидентов | 21213 | 0| 0| 0|

| 14 | Юридических лиц-нерезидентов | 21214 | 0| 0| 0|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21201-21214 | 0 | 86673| 0| 86673|

+-----+---------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. По депозитам юридических лиц | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Минфина России | 21301 | 0| 0| 0|

| 2 | Финансовых органов субъектов Российской | 21302 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 3 | Государственных внебюджетных фондов Российс- | 21303 | 0| 0| 0|

| | кой Федерации | | | | |

| 4 | Внебюджетных фондов субъектов Российской | 21304 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 5 | Финансовых организаций, находящихся в феде- | 21305 | 0| 0| 0|

| | ральной собственности | | | | |

| 6 | Коммерческих организаций, находящихся в фе- | 21306 | 0| 0| 0|

| | деральной собственности | | | | |

| 7 | Некоммерческих организаций, находящихся в | 21307 | 0| 0| 0|

| | федеральной собственности | | | | |

| 8 | Финансовых организаций, находящихся в госу- | 21308 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 9 | Коммерческих организаций, находящихся в госу- | 21309 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 10 | Некоммерческих организаций, находящихся в | 21310 | 0| 0| 0|

| | государственной (кроме федеральной) | | | | |

| | собственности | | | | |

| 11 | Негосударственных финансовых организаций | 21311 | 0| 0| 0|

| 12 | Негосударственных коммерческих организаций | 21312 | 83244| 12988| 96232|

| 13 | Негосударственных некоммерческих организаций | 21313 | 0| 0| 0|

| 14 | Юридических лиц - нерезидентов | 21314 | 27102| 479587| 506689|

| 15 | Кредитных организаций | 21315 | 0| 0| 0|

| 16 | Банков-нерезидентов | 21316 | 0| 1397| 1397|

| 17 | Банка России | 21317 | 0| 0| 0|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21301-21317 | 0 | 110346| 493972| 604318|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 4. По прочим привлеченным средствам | | | | |

| | юридических лиц | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Минфина России | 21401 | 0| 0| 0|

| 2 | Финансовых органов субъектов Российской | 21402 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 3 | Государственных внебюджетных фондов Российс- | 21403 | 0| 0| 0|

| | кой Федерации | | | | |

| 4 | Внебюджетных фондов субъектов Российской | 21404 | 0| 0| 0|

| | Федерации и органов местного самоуправления | | | | |

| 5 | Финансовых организаций, находящихся в феде- | 21405 | 0| 0| 0|

| | ральной собственности | | | | |

| 6 | Коммерческих организаций, находящихся в фе- | 21406 | 0| 0| 0|

| | деральной собственности | | | | |

| 7 | Некоммерческих организаций, находящихся в | 21407 | 0| 0| 0|

| | федеральной собственности | | | | |

| 8 | Финансовых организаций, находящихся в госу- | 21408 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 9 | Коммерческих организаций, находящихся в госу- | 21409 | 0| 0| 0|

| | дарственной (кроме федеральной) собственности | | | | |

| 10 | Некоммерческих организаций, находящихся в | 21410 | 0| 0| 0|

| | государственной (кроме федеральной) | | | | |

| | собственности | | | | |

| 11 | Негосударственных финансовых организаций | 21411 | 0| 0| 0|

| 12 | Негосударственных коммерческих организаций | 21412 | 0| 0| 0|

| 13 | Негосударственных некоммерческих организаций | 21413 | 0| 0| 0|

| 14 | Юридических лиц - нерезидентов | 21414 | 0| 0| 0|

| 15 | Кредитных организаций | 21415 | 0| 0| 0|

| 16 | Банков-нерезидентов | 21416 | 0| 0| 0|

| 17 | Банка России | 21417 | 0| 0| 0|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21401-21417 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 5. По денежным средствам на банковских счетах | | | | |

| | клиентов - физических лиц | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Граждан Российской Федерации | 21501 | 0| 0| 0|

| 2 | Нерезидентов | 21502 | 0| 0| 0|

+-----+----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21501-21502 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 6. По депозитам клиентов - физических лиц | | |

| | | | | | |

| 1 | Граждан Российской Федерации | 21601 | 2533| 93| 2626|

| 2 | Нерезидентов | 21602 | 0| 0| 0|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21601-21602 | 0 | 2533| 93| 2626|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 7. По прочим привлеченным средствам клиентов - | | |

| | физических лиц | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Граждан Российской Федерации | 21701 | 0| 0| 0|

| 2 | Нерезидентов | 21702 | 0| 0| 0|

+-----+--------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21701-21702 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 8. По выпущенным долговым обязательствам | | | | |

| | | | | | |

| 1 | По облигациям | 21801 | 868338| 0| 868338|

| 2 | По депозитным сертификатам | 21802 | 0| 0| 0|

| 3 | По сберегательным сертификатам | 21803 | 0| 0| 0|

| 4 | По векселям | 21804 | 0| 0| 0|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 21801-21804 | 0 | 868338| 0| 868338|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 1 | 0 | 1131063| 2109172| 3240235|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 2. Другие расходы по банковским | | | | |

| | операциям и другим сделкам | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Расходы по купле-продаже иностранной валюты | | | | |

| | в наличной и безналичной формах | | | | |

| | | | | | |

|1|Расходы по купле-продаже иностранной валюты|22101|1609478|х| 1609478|

| | в наличной и безналичной формах | | | | |

+-----+---------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символу 22101 | 0 | 1609478| х | 1609478|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Расходы по проведению других сделок | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Погашению и реализации приобретенных прав | 22201 | 0| х | 0|

| | требования | | | | |

| 2 | Доверительному управлению имуществом | 22202 | 0| 0| 0|

| 3 | Операциям с драгоценными металлами и драго- | 22203 | 0| х | 0|

| | ценными камнями | | | | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 22201-22203 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 2 | 0 | 1609478| 0| 1609478|

+-----+----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по группе расходов А "От банковских опе-| 0 | 2740541| 2109172| 4849713|

| | раций и других сделок" (разделы 1 - 2) | | | | |

+-----+--------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Б. Операционные расходы | | | | |

| | | | | | |

| | Раздел 3. Расходы по операциям с ценными бума- | | | | |

| | гами, кроме процентов и переоценки | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Расходы по операциям с приобретенными | | | | |

| | ценными бумагами | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Российской Федерации | 23101 | 0| х | 0|

| 2 | Субъектов Российской Федерации и органов | 23102 | 0| х | 0|

| | местного самоуправления | | | | |

| 3 | Банка России | 23103 | 0| х | 0|

| 4 | Кредитных организаций | 23104 | 360| х | 360|

| 5 | Прочих ценных бумаг | 23105 | 152| х | 152|

| 6 | Иностранных государств | 23106 | 0| х | 0|

| 7 | Банков-нерезидентов | 23107 | 0| х | 0|

| 8 | Прочих ценных бумаг нерезидентов | 23108 | 0| х | 0|

| 9 | Расходы профессиональных участников рынка | 23109 | 0| 0| 0|

| | ценных бумаг, связанные с приобретением и реа-| | | | |

| | лизацией ценных бумаг (кроме расходов на кон- | | | | |

| | сультационные и информационные услуги) | | | | |

+-----+------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 23101-23109 | 0 | 512| 0| 512|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Расходы по операциям с выпущенными ценными | | | | |

| | бумагами | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Расходы по операциям с выпущенными ценными | 23201 | 0| 0| 0|

| | бумагами | | | | |

+-----+----------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символу 23201 | 0 | 0| 0| 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 3 | 0 | 512| 0| 512|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 4. Отрицательная переоценка | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Отрицательная переоценка ценных бумаг, | | | | |

| | средств в иностранной валюте, драгоценных | | | | |

| | металлов | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Ценных бумаг (балансовый счет № 70607, при | 24101 | 378| х | 378|

| | составлении годового бухгалтерского отчета - | | | | |

| | балансовый счет № 70707) | | | | |

| 2 | Средств в иностранной валюте (балансовый|24102|13552320| х | 13552320|

| | счет № 70608, при составлении годового бухгал-| | | | |

| | терского отчета - балансовый счет № 70708) | | | | |

| 3 | Драгоценных металлов (балансовый счет № 70609,| 24103 | 0| х | 0|

| | при составлении годового бухгалтерского | | | | |

| | отчета - балансовый счет № 70709) | | | | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 24101-24103 | 0 | 13552698| х | 13552698|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Расходы от применения встроенных производных| | | | |

| | инструментов, неотделяемых от основного | | | | |

| | договора (балансовый счет № 70610, при | | | | |

| | составлении годового бухгалтерского отчета -| | | | |

| | балансовый счет № 70710): | | | | |

| | | | | | |

| 1 | От изменения курса ценной бумаги | 24201 | 0| х | 0|

| 2 | От изменения валютного курса | 24202 | 544| х | 544|

| 3 | От изменения индекса цен | 24203 | 0| х | 0|

| 4 | От изменения других переменных | 24204 | 0| х | 0|

+-----+----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 24201-24204 | 0 | 544| х | 544|

+-----+---------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 4 | 0 | 13553242| х | 13553242|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 5. Другие операционные расходы | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Расходы по расчетным (беспоставочным) | | | | |

| | срочным сделкам | | | | |

| | | | | | |

| 1 | от изменения ставки процента | 25101 | 56415| 0| 56415|

| 2 | от изменения курса ценной бумаги | 25102 | 0| 0| 0|

| 3 | от изменения валютного курса | 25103 | 1236488| 18744| 1255232|

| 4 | от изменения индекса цен | 25104 | 0| 0| 0|

| 5 | от изменения других переменных | 25105 | 0| 0| 0|

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 25101-25105 | 0 | 1292903| 18744| 1311647|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Комиссионные сборы | | | | |

| | | | | | |

| 1 | За проведение операций с валютными ценностями | 25201 | 0| 0| 0|

| 2 | За расчетно-кассовое обслуживание и ведение | 25202 | 39279| 1015|40294|

| | банковских счетов | | | | |

| 3 | За услуги по переводам денежных средств, | 25203 | 0| 54| 54|

| | включая услуги платежных и расчетных систем | | | | |

| 4 | За полученные гарантии и поручительства | 25204 | 0| 0| 0|

| 5 | За оказание посреднических услуг по брокерс- | 25205 | 2970| 0| 2970|

| | ким и аналогичным договорам | | | | |

| 6 | По другим операциям | 25206 | 243224| 433328| 676552|

+-----+-------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 25201-25206 | 0 | 285473| 434397| 719870|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. Другие операционные расходы | | | | |

| | | | | | |

| 1 | От передачи активов в доверительное управление| 25301 | 0| 0| 0|

| 2 | Отчисления в резервы на возможные потери | 25302|14153580|х|14153580|

| 3 | Прочие операционные расходы | 25303 | 2837372| 0| 2837372|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 25301-25303 | 0 | 16990952| 0| 16990952|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 5 | 0 | 18569328| 453141| 19022469|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 6. Расходы, связанные с обеспечением | | | | |

| | деятельности кредитной организации | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Расходы на содержание персонала | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Расходы на оплату труда, включая премии и | 26101 | 3568734| 0| 3568734|

| | компенсации | | | | |

|2 | Налоги и сборы в виде начислений на заработную| 26102|731756|0|731756|

| | плату, уплачиваемые работодателями в соответс-| | | | |

| | твии с законодательством Российской Федерации | | | | |

| 3 | Расходы, связанные с перемещением персонала | 26103 | 0| 0| 0|

| | (кроме расходов на оплату труда) | | | | |

| 4 | Другие расходы на содержание персонала | 26104 | 128539| 43|128582|

+-----+--------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 26101-2610 | 0 | 4429029| 43| 4429072|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Амортизация | | | | |

| | | | | | |

| 1 | По основным средствам | 26201 | 325907| х | 325907|

| 2 | По основным средствам, полученным в финансовую| 26202 | 0| х |0|

| | аренду (лизинг) | | | | |

| 3 | По нематериальным активам | 26203 | 268| х | 268|

+-----+-----------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 26201-26203 | 0 | 326175| х | 326175|

+-----+--------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. Расходы, связанные с содержанием (эксплуа- | | | | |

| | тацией) имущества и его выбытием | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Расходы по ремонту основных средств и другого | 26301 | 7231| 4| 7235|

| | имущества | | | | |

| 2 | Расходы на содержание основных средств и дру- | 26302 |108554|0|108554|

| | гого имущества (включая коммунальные расходы) | | | | |

| 3 | Арендная плата по арендованным основным | 26303 | 708670| 90| 708760|

| | средствам и другому имуществу | | | | |

| 4 | Плата за право пользования объектами интел- |26304|84043|15267|99310|

| | лектуальной собственности | | | | |

|5 |По списанию стоимости материальных запасов| 26305 | 129139|х | 129139|

| 6 | По уценке основных средств | 26306 | 0| х | 0|

| 7 | По выбытию (реализации) имущества | 26307 | 4071| х | 4071|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 26301-26307 | 0 | 1041708| 15361| 1057069|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 4. Организационные и управленческие расходы | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Подготовка и переподготовка кадров | 26401 | 22037| 1885|23922|

| 2 | Служебные командировки | 26402 | 71194| 5761| 76955|

| 3 | Охрана | 26403 | 61173| 0| 61173|

| 4 | Реклама | 26404 | 84937| 0| 84937|

| 5 | Представительские расходы | 26405 | 12865| 5659| 18524|

|6 |Услуги связи, телекоммуникационных и инфор-|26406|679985|8400|688385|

| | мационных систем | | | | |

| 7 | Судебные и арбитражные издержки | 26407 | 1| 0| 1|

| 8 | Аудит | 26408 | 11435| 12| 11447|

| 9 | Публикация отчетности | 26409 | 4| 0| 4|

| 10 | Страхование | 26410 | 6806| 0| 6806|

| 11 | Налоги и сборы, относимые на расходы в соот-| 26411|19824| 66|719890|

| | ветствии с законодательством Российской Феде- | | | | |

| | рации | | | | |

|12|Другие организационные и управленческие|26412|611228|401267|1012495|

| | расходы | | | | |

+-----+------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 26401-26412 | 0 | 2281489| 423050| 2704539|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 6 | 0 | 8078401| 438454| 8516855|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

Итого по группе расходов Б "Операционные рас-|0|40201483|891595|41093078

| | ходы" (3 - 6 разделы) | | | | |

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | В. Прочие расходы | | | | |

| | | | | | |

| | Раздел 7. Прочие расходы | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Штрафы, пени, неустойки | | | | |

| | | | | | |

| 1 | По операциям привлечения и предоставления | 27101 | 0| 0| 0|

| | (размещения) денежных средств | | | | |

| 2 | По другим банковским операциям и сделкам | 27102 | 0| 0| 0|

| 3 | По прочим (хозяйственным) операциям | 27103 | 37689| 0| 37689|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 27101-27103 | 0 | 37689| 0| 37689|

+-----+-------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 2. Расходы прошлых лет, выявленные в отчетном | | | | |

| | году | | | | |

| | | | | | |

| 1 | По операциям привлечения и предоставления | 27201 | 114| 0| 114|

| | (размещения) денежных средств | | | | |

| 2 | По другим банковским операциям и сделкам | 27202 | 0| 0| 0|

| 3 | По прочим (хозяйственным) операциям | 27203 | 31230| 0|31230|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 27201-27203 | 0 | 31344| 0| 31344|

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | 3. Другие расходы, относимые к прочим | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Платежи в возмещение причиненных убытков | 27301 | 0| 0| 0|

| 2 | От списания недостач материальных ценностей | 27302 | 0| 0| 0|

| 3 | От списания недостач денежной наличности, | 27303 | 0| 0| 0|

| | сумм по имеющим признаки подделки денежным | | | | |

| | знакам | | | | |

| 4 | От списания активов (требований) и не взыс- | 27304 | 0| 28064|28064|

| | канной дебиторской задолженности | | | | |

| 5 | Расходы на благотворительность и другие | 27305 | 682| 0|682|

| | аналогичные расходы | | | | |

| 6 | Расходы на осуществление спортивных мероприя- | 27306 | 281| 0| 281|

| | тий, отдыха, мероприятий культурно-просветите-| | | | |

| | льского характера и иных аналогичных меропри- | | | | |

| | ятий | | | | |

| 7 | Расходы, возникающие как последствия чрезвыча-| 27307 | 0| 0| 0|

| | йных обстоятельств хозяйственной деятельности | | | | |

| 8 | Другие расходы | 27308 | 967542| 2053| 969595|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символам 27301-27308 | 0 | 968505|30117| 998622|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 7 | 0 | 1037538| 30117| 1067655|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по группе расходов В "Прочие расходы" | 0 | 1037538|30117|1067655|

| | (раздел 7) | | | | |

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | Раздел 8. Превышение использованной прибыли над| | | | |

| | фактически полученной либо при фактически | | | | |

| | полученном убытке | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Превышение использованной прибыли над | | | | |

| | фактически полученной либо при фактически | | | | |

| | полученном убытке | | | | |

| | | | | | |

| 1 | Суммы, списанные со счета № 705 и отнесенные | 28101 | 0| х | 0|

| | на убытки (в течение года отражается в коррес-| | | | |

| | понденции со счетом 70501, при составлении го-| | | | |

| | дового бухгалтерского отчета-со счетом 70502) | | | | |

+-----+-------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по символу 28101 | 0 | 0| х | 0|

+-----+-----------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | Итого по разделу 8 | 0 | 0| х | 0|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

||Всего по Главе II "Расходы" (разделы 1-8)|20000|43979562|3030884|47010446|

+-----+------------------------------+---------+--------------+--------------+---------------+

| | | | | | |

| | III. ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ | | | | |

| | | | | | |

| | Итого результат по отчету | | | | |

| | | | | | |

| | 1. Прибыль (символ 10000 минус символ 20000)|33001|4791706|0|3240021|

| | 2. Убыток (символ 20000 минус символ 10000) | 33002 | 0|1551685| 0|

| | | | | | |

+-----+--------------------+---------+--------------+--------------+---------------+