

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

Кафедра «Финансы и кредит»

(наименование кафедры)

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Финансы и кредит

(направленность (профиль)/специализация)

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему Организация кредитования физических лиц в коммерческом банке (на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»)

Студент

Елисеева В. В.

Руководитель

(И.О. Фамилия)

Иванов Д. Ю.

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

(личная подпись)

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент А.А. Курилова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ Г.

Тольятти 2018

## Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил: Елисеева В. В.

Тема работы: Организация кредитования физических лиц в коммерческом банке (на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»)

Научный руководитель: д.э.н. Иванов Д. Ю.

Цель бакалаврской работы заключается в изучении практики потребительского кредитования в коммерческом банке, определении проблем потребительского кредитования и разработки рекомендаций по совершенствованию практики предоставления кредитов населению.

Объектом исследования является ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

Предметом исследования бакалаврской работы выступает процесс кредитования физических лиц на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

В первой главе рассмотрены теоретические основы кредитования физических лиц в коммерческом банке.

Во второй главе проведён анализ кредитования физических лиц.

В третьей главе приводятся разработанные на основе проведенного анализа рекомендации, и дается оценка их экономической эффективности.

В заключении сделаны основные выводы и предложения по реализации результатов проведенного исследования.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подразделов 2.2, 2.3, 3.1 и приложения могут быть использованы специалистами коммерческих организаций.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка используемой литературы из 40 источников и 3-приложений. Общий объем работы, без приложений, 63 страниц машинописного текста, в том числе таблиц-14, рисунков – 16.

## Оглавление

Введение.....	4
1 Теоретические основы кредитования физических лиц в коммерческом банке.....	7
1.1 Экономическая сущность и роль кредитования физических лиц.....	7
1.2 Классификация видов кредитования физических лиц.....	12
1.3 Нормативно-правовое регулирование кредитования физических лиц.....	20
2 Анализ кредитования физических лиц (на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».....	25
2.1 Организационно-экономическая характеристика организации.....	25
2.2 Анализ состава, структуры и динамики кредитования физических лиц ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».....	31
2.3 Выявленные проблем в сфере кредитования физических лиц ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».....	42
3 Перспективы развития организации кредитования физических лиц в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».....	47
3.1 Предложения по совершенствованию организации динамики кредитования физических лиц ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».....	47
3.2 Рекомендации по повышению эффективности кредитования физических лиц в коммерческом банке ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».....	55
Заключение.....	58
Список используемой литературы.....	60
Приложения.....	64

## Введение

В современном обществе потребительское кредитование занимает важное место в социально-экономической жизни государства. Кредитование физических лиц способствует расширению покупательского спроса на товары и услуги в обществе, удовлетворяет как интересы коммерческого банка, так и интересы физических лиц.

Основным интересом коммерческого банка в области кредитования физических лиц является привлечение большего количества платежеспособных клиентов. Таким образом, коммерческий банк, предоставляя кредиты населению, получает существенные доходы и прибыль.

На современном этапе развития в области кредитования физических лиц коммерческие банки Российской Федерации решаются задачи о снижении уровня просроченной задолженности, об увеличении объемов предоставленных кредитов различным категориям заемщиков и о повышении качества кредитных продуктов. Основным интересом физического лица является удовлетворение своих потребностей и нужд (оплата отпуска, приобретение жилья, покупка товара на рынке, покупка автомобиля и другие материальные потребности), путем получения денежных средств в кредит по выгодным для него условиям.

В настоящее время в банковском секторе Российской Федерации кредитная активность коммерческих банков растет, что говорит о тенденции развития рынка потребительского кредитования в стране. По итогам 2017 года в российской экономике можно констатировать резкий подъем потребительского кредитования населения в банках - на 21%. Растут в объемах и количествах те кредиты, рост которых возможен лишь в ситуации стабильной работы и заработной платы потенциального заемщика, то есть ипотечное и автомобильное кредитование.

Кредитные продукты физическим лицам становятся более доступными и клиентоориентированными: снижаются ставки по кредитам, увеличивается число кредитных предложений исходя из интересов заемщиков.

Актуальность бакалаврской работы объясняется тем, что коммерческим банкам необходимо совершенствовать практику потребительского кредитования, исходя из интересов общества и интересов самого банка. При этом мероприятия по совершенствованию практики потребительского кредитования должны учитывать проблемы, которые встречаются в сфере кредитования физических лиц Российской Федерации.

Цель бакалаврской работы заключается в изучении практики потребительского кредитования в коммерческом банке, определении проблем потребительского кредитования и разработки рекомендаций по совершенствованию практики предоставления кредитов населению.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- исследовать теоретические основы кредитования физических лиц в коммерческом банке;
- проанализировать организацию кредитования физических лиц (на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»);
- разработать рекомендации, направленные на совершенствование практики кредитования физических лиц в современных условиях.

Объектом исследования бакалаврской работы является деятельность ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в области кредитования физических лиц.

Предметом исследования бакалаврской работы выступает процесс кредитования физических лиц на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

Методами исследования являются изучение научной отечественной литературы по теме потребительское кредитование коммерческими банками, анализ нормативно-правовой базы, изучение практики кредитования в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», сравнение и анализ экономических показателей финансовой деятельности коммерческого банка.

Информационной базой исследования послужили: учебная отечественная литература, нормативно-правовые акты Российской Федерации, материалы научных статей по теме кредитования физических лиц в Российской

Федерации, данные Центрального Банка Российской Федерации, данные Федеральной службы государственной статистики, исследования акционерного общества «Национальное бюро кредитных историй» (далее АО «НБКИ»), а также данные ежегодной финансовой отчетности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

В первом разделе бакалаврской работы рассматриваются сущность понятия «потребительский кредит», основные субъекты кредитных отношений, принципы кредита и его основные функции. В рамках раздела изучаются основные формы и виды кредитов физическим лицам в коммерческих банках Российской Федерации, а также совокупность нормативно-правовых актов всех профилирующих отраслей права, касающиеся банковской деятельности в области кредитования физических лиц.

Во втором разделе исследуются основные виды и особенности кредитных продуктов, предлагаемых физическим лицам в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», анализируется портфель кредитования физических лиц в коммерческом банке, а также исследуются и выявляются проблемы в сфере потребительского кредитования в Российской Федерации, как со стороны государства, так и со стороны заемщика и самого коммерческого банка.

В третьей главе разрабатываются рекомендации по совершенствованию практики кредитования физических лиц в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

# 1 Теоретические основы кредитования физических лиц в коммерческом банке

## 1.1 Экономическая сущность и роль кредитования физических лиц

Кредит выполняет немаловажную роль в развитии современного государства и является основой формирования рыночной экономики. Кредит исполняет роль одного из регуляторов в процессе формирования рынка и преобразования денежной системы и денежного обращения в стране [4].

В современной экономической литературе существует две основные трактовки происхождения слова «кредит».

Сторонники первой трактовки предполагают, что современное слово кредит берет свое начало от латинского слова «credo». В переводе с латинского языка оно означает «верить» [5].

Сторонники второй трактовки полагают, что слово кредит произошло от латинского слова «creditum». В переводе с латинского языка оно означает «ссуда» («долг»).

На самом деле, для того чтобы предоставить какому-либо человеку денежные средства или иное имущество в долг, ему необходимо доверять, что тот вернет задолженность.

Чтобы изучить сущность потребительского кредита, рассмотрим современное понятие «кредит» в отечественной научной литературе.

Н.П. Белотелова и Ж.С. Белотелова характеризуют кредит как экономическую категорию. Кредит, по их мнению, представляет собой определенный вид общественных отношений, связанных с движением стоимости (в денежной или товарной форме) [7].

Экономической базой кредитных отношения в обществе, выступает кругооборот и оборот денежных средств (капитала). Непосредственно сама процедура движения капитала формирует объективную необходимость появления кредита.

По мнению О.И. Лаврушина, кредит - это отношение между кредитором и заемщиком по поводу возвратного движения ссуженной стоимости [22].

Однако в работе он отмечает, что кредит — не всякое общественное отношение, а лишь такое, которое отражает экономические связи, движение стоимости. Сам процесс движения ссужаемой стоимости представляется следующими стадиями (рисунок 1).

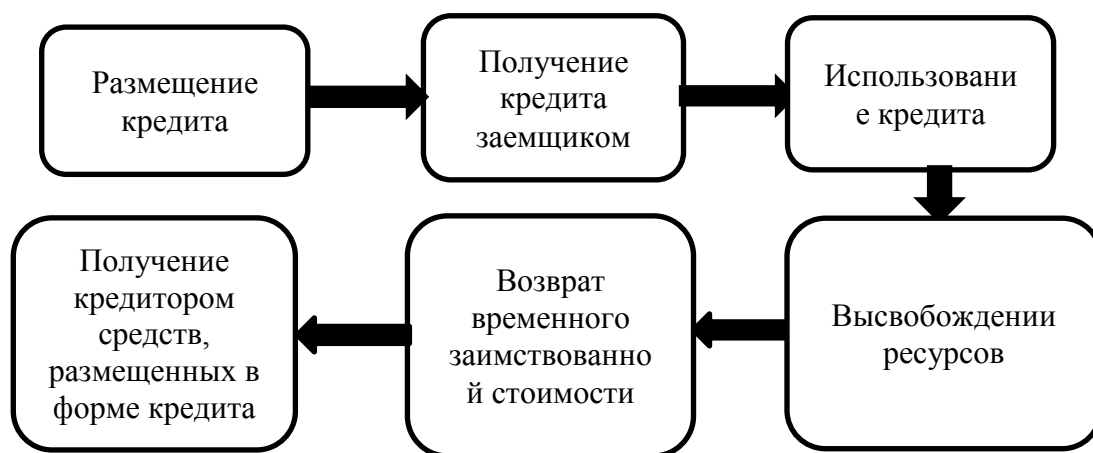


Рисунок 1 – Стадии движения ссужаемой стоимости

В научной отечественной литературе нет единства мнений к определению категории «потребительский кредит», поэтому можно у различных авторов встретить достаточно разные подходы.

По мнению Г.Г. Коробовой потребительское кредитование рассматривается в виде ссуды, предоставляемой населению, в России она называется потребительская ссуда, которая определяется объектом кредитования, именно ссуды, предоставляемы населению на покупку товаров длительного пользования, ссуды на ипотеку, на неотложные нужды [19].

Кроме этого другой экономист А.А. Волков понимает под потребительским кредитом как кредит, предоставленный физическому лицу, и автор употребляет такие термины, как «потребительский кредит» и «розничный кредит». По сути, понятие «розничный кредит» связано с термином «розница» и в узком смысле заключается в предоставлении каких-либо банковских услуг населению» [11].



Интересным представляется мнение Николаевой Т.П. на определение «потребительский кредит» Она направляет на условность самого термина «потребительский кредит», которая отражается в больше производительной, чем потребительной черте. Т.е. потребительский кредит может, предоставляется только на потребительские нужды, направленные на воспроизводство жизнедеятельности людей (пища, одежда, отдых и т.д.)»[24].

По мнению Г.Н. Белоглазовой и Л.П. Кроливецкой потребительский кредит выступает одной из форм кредита, направленного на удовлетворение различных потребительских нужд населения [5].

О.И. Лаврушин даёт определение потребительскому кредитованию в виде продаж торговыми предприятиями товаров с рассрочкой платежа, а также на оплату различного рода расходов личного характера» [22].

В дополнение к вышеперечисленным терминам, Е.Ф. Жуков отмечает, что потребительский кредит переплетается с банковским постольку, поскольку торговые компании используют долговые обязательства потребителей для получения взамен ссуд от банков [17].

Аналогичную позицию разделяет и Ковалева Т. М. Несколько иной взгляд у Суховской М.Г., которая указывает на то, что потребительский кредит от других видов кредита отличает конкретика цели его предоставления, выделяя среди них целевые и нецелевые, направленные на удовлетворение нужд населения [20].

Схожей точки зрения придерживается и Терновская Е.П., полагая, что ключевым признаком потребительского кредита является цель его предоставления [26].

Кредитные отношения в экономике строятся на основе принципов кредита.

В современной отечественной литературе выделяют следующие основные принципы кредита, которые отражают его сущность:

а) возвратность (необходимость своевременного возврата денежных средств кредитору после завершения их использования заемщиком);

б) срочность (срок возврата денежных средств, выданных в кредит);

в) платность (в большинстве случаев заёмщик должен заплатить за право пользования кредитом проценты, в ряде случаев – одноразовый платеж или другие формы платежа).

Также в научной литературе можно выделить ряд особых принципов кредита, которые учитываются при кредитовании физических лиц коммерческими банками:

– обеспеченность (юридическое оформление обязательств заемщиков, которые гарантируют своевременный возврат кредита);

– целевой характер (отражаются цели, на которые выдаются денежные средства физическому лицу);

– взаимовыгодность (условия сделки должны учитывать коммерческие интересы и возможности обеих сторон кредитования);

– законность (условия кредитной сделки не должны противоречить нормам законодательства и банковским правилам) [14].

Сущность кредита как экономической категории раскрывается в его функциях.

В современной экономической теории известны следующие функции кредита:

а) Перераспределительная функция. Вне зависимости от своего содержания, посредством кредита свободные денежные средства перемещаются из одних отраслей народного хозяйства в другие. Временно высвобожденные денежные средства перераспределяются между секторами экономики, территориями, организациями и т.д. Посредством данной функции могут перераспределяться не только валовый продукт и национальный доход, а также все материальные блага и все национальное богатство общества.

б) Замещение действительных наличных денег кредитными операциями. В нынешней экономике кредит стимулирует ускорение денежного обращения, заменяя из него наличные деньги. Смена наличных денег осуществляется путём проведения безналичных операций, которые упрощают систему финансовых

взаимоотношений на рынке, а, следовательно, активизируют ускорение денежного оборота.

в) Экономия издержек обращения.

г) Ускорение концентрации капитала. Суть функции состоит в том, что заемный капитал предоставляет возможность заемщику увеличить масштабы производства и получить дополнительную прибыль. Несмотря на обязательство заемщика уплаты процентов за кредит, привлечение капитала на условиях займа является выгодным.

д) Контрольная функция. Рассматриваемая функция заключается в осуществлении контроля каждым участником кредитной сделки за выполнением своих обязательств и основных принципов кредитования.

е) Стимулирующая функция. Кредитные взаимоотношения, подразумевают возврат временно позаимствованной стоимости с приращением в виде процента, таким образом, побуждая заемщика более рационально использовать ссуду [22].

Далее рассмотрим роль потребительского кредита как экономической категории.

1) Рост уровня жизни населения страны, ускорение товарооборота, значительное улучшение для ведения торгово-закупочной деятельности и производства. Естественно, что в результате такой пользы происходит снижение социальной напряженности в обществе в результате получения населением улучшенного уровня жизни для широких слоев населения за счет именно потребительского кредита.

2) Поскольку такой кредита существует в денежной и в товарной форме, то фактически с точки зрения экономики сочетаются качества как товарного, так и банковского кредита.

3) Развитие системы безналичных расчетов, так как к потребительскому кредитованию относят и кредиты, получаемые населением по пластиковым картам в банках и иных кредитных организациях. Данное направление характерно тем, что появляется определенная рассрочка платежа в пользу

физического лица - владельца карты. Здесь появляется третье лицо – посредник в кредитных отношениях между банком (заемщиком – владельцем карты) и покупателем – пользователем карты. Это может быть магазин, дилер производителя продукции и т.п. Эффект в данном случае заключается в увеличении оборота денежных средств, получении дополнительных рабочих мест в организации - посреднике и т.д.

Таким образом, изучив понятие кредитование физических лиц, его основные принципы и функции, которые более подробно раскрывают сущность кредита, перейдем к изучению современных видов кредитования физических лиц, которые существуют в коммерческих банках.

## 1.2 Классификация видов кредитования физических лиц

Для того чтобы лучше понять сущность кредитования физических лиц, изучим основные виды кредитов физическим лицам в коммерческих банках.

Исходя из данных заключений, можно сделать вывод о том, что потребительский кредит является видом кредита, которая выдается населению для удовлетворения их потребительских нужд. В экономической литературе данную форму кредитов принято структурировать по различным классификационным признакам: по назначению, по срокам, по способу погашения и др. (рисунок 2).

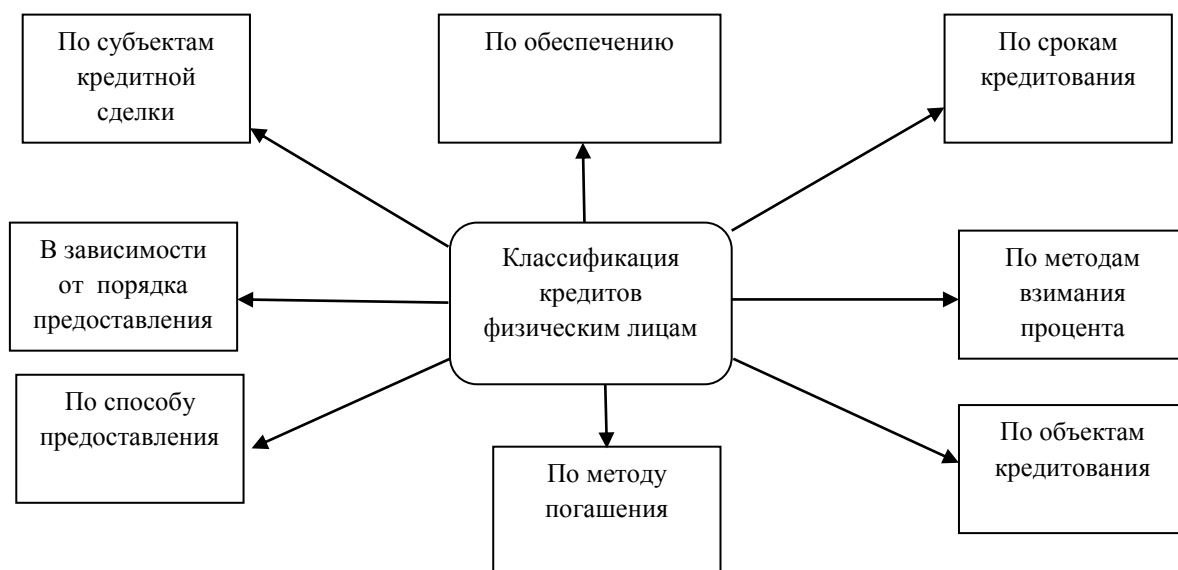


Рисунок 2 – Классификация потребительских кредитов

Рассмотрим более подробно вышеназванную классификацию потребительских кредитов, которая представляет собой видовую структуру кредитных отношений, состав субъектов и основные свойства, сохраняющиеся при различных внешних и внутренних изменениях.

На рисунке 3 представлена классификация потребительских кредитов по субъектам кредитной сделки [20].

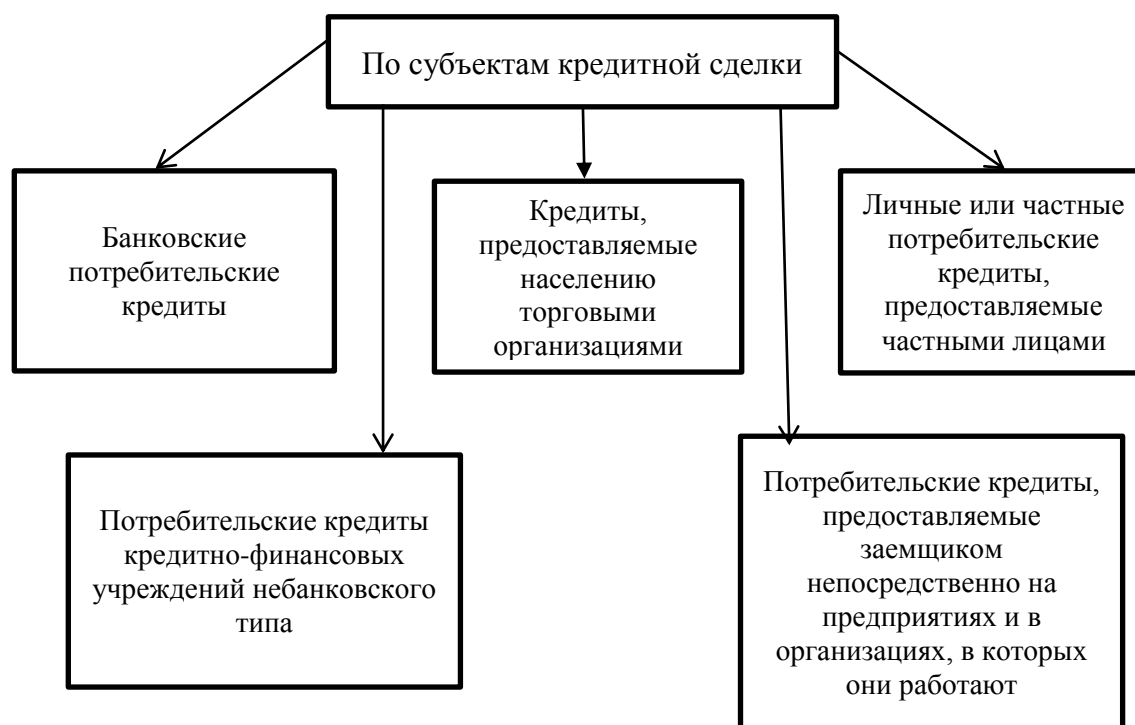


Рисунок 3 – Классификация потребительских кредитов по субъектам кредитной сделки [22]

Потребительский кредит могут получить лица, достигшие 18-и летнего возраста (в некоторых банках возраст увеличен до 21 года) и не старше 55 – 70 лет (в отдельных случаях ПАО Совкомбанк выдаёт потребительские кредиты старше 70 лет). При этом нужно различать понятия «максимально допустимый возраст заемщика на момент подачи заявления на кредит» и «максимально допустимый возраст заемщика на момент окончания срока действия кредитного договора» [22].

На рисунке 4 представлена классификация потребительских кредитов по обеспечению.



Рисунок 4 – Классификация потребительских кредитов по обеспечению

Страхование, залог, поручительство, гарантии могут выступать обеспечением ссуд. В виде залога выступают реализуемые активы. Вместе с кредитным договором может заключаться договор о залоге товарно–материальных ценностей, которые принадлежат принадлежащих заемщику [27].

Далее на рисунке 5 представлена классификация потребительских кредитов по срокам кредитования.



Рисунок 5 – Классификация потребительских кредитов по срокам кредитования

При предоставлении ссуд, коммерческие банки обычно подразделяют их на краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (от 3 до 5 лет) и долгосрочные

(свыше 3 лет). Краткосрочная ссуда оформляется на конкретный срок (в пределах года) или до востребования.

При предоставлении потребительского кредита не существует установленного срока, и банк вправе потребовать её погашения в любое время. При этом предполагается, что заемщик может вернуть заемные средства, а активы, в которые в них вложены, в короткий срок могут быть превращены в наличность.

Долгосрочные ссуды в настоящий момент времени в нашей стране носят исключительно редкий характер. Наиболее распространенные виды ссуд – краткосрочные ссуды, срок погашения которых составляет от 3 до 6 месяцев, на их долю приходится более чем 60 % [13].

На рисунке 6 представлены виды краткосрочных ссуд, которые наиболее распространены среди населения. Эти данные были получены при анализе современной банковской практики.

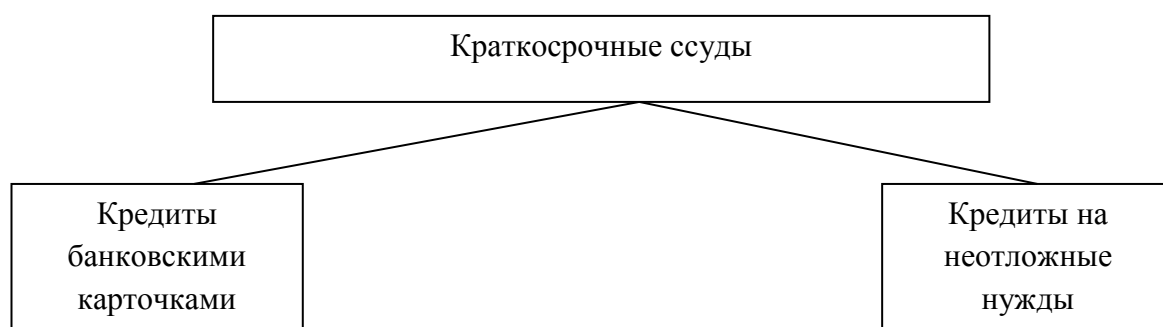


Рисунок 6 – Краткосрочные ссуды, распространенные среди населения

Долгосрочные ссуды – кредит, выданный на строительство садовых домиков и обустройство садовых участков в садоводческих товариществах сроком до пяти лет. Заемщик должен использовать ссуду в период освоения земельного участка. Когда установленный срок использования ссуды истекает, заемщик должен предоставить отчет о целевом использовании денежных средств [13].

На рисунке 7 изображена классификация потребительских кредитов, в зависимости от порядка предоставления.



Рисунок 7 – Потребительские кредиты, в зависимости от порядка предоставления

И кредиты наличными и кредитные карты имеют одинаковые права на существование в современном мире. Во многих случаях и вовсе выбирать не приходится. Все зависит от конкретной индивидуальной ситуации. Однако важно заметить, что россияне в последнее время намного чаще выбирают именно кредитные карты. В приложении 1 представлена сравнительная характеристика кредитных карт и кредитов, выданных наличными деньгами.

Делая вывод по данной таблице, можно сказать, что кредитные карты имеют преимущества над кредитами, выданными наличными деньгами, так как кредитными картами пользуется весь мир. Кредиты наличными деньгами, касательно потребительского кредитования в настоящий момент — это бесперспективно [13].

Всегда выбор стоит за заемщиком:

- Если кредит нужен сразу и в большой сумме, то подойдет кредит наличными.

- Если же часто приходится занимать небольшие суммы, брать деньги «до зарплаты», использовать безналичные расчеты, то удобней и выгодней будет использовать кредитные карты.



На рисунке 8 представлена классификация потребительских ссуд, по способу предоставления.



Рисунок 8 – Классификация потребительских ссуд, по способу предоставления [13]

Единовременные кредиты очень популярны. Они выдаются ограниченно по сумме, в зависимости от того, насколько платежеспособным является заемщик. Возобновляемые кредиты характерны тем, что кредитные средства предоставляются не сразу, а на протяжении оговоренного в кредитном договоре времени. На рисунке 9 представлена классификация потребительских кредитов, по методу погашения.

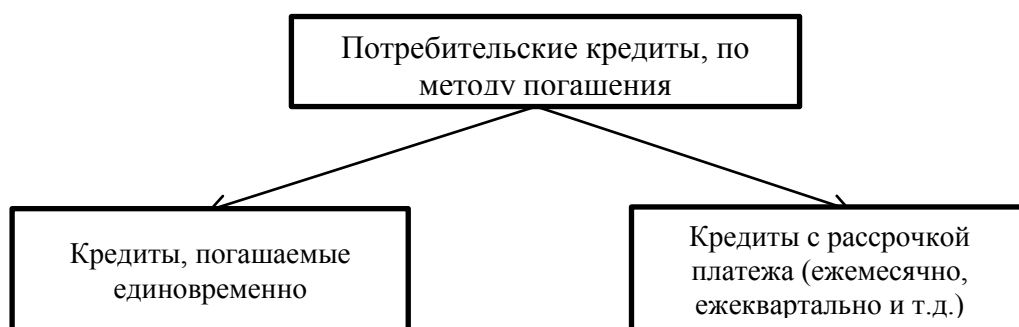


Рисунок 9 – Классификация потребительских кредитов, по методу погашения

Потребительские кредиты с рассрочкой платежа (ежемесячно, ежеквартально и т.д.) предполагают периодическое погашение суммы основного долга и процентов, а кредиты, погашаемые единовременно предполагают погашение суммы одним платежом по основному долгу и

процентам по кредиту. Примером кредита без рассрочки платежа служит бриджинг – кредит, выдаваемый для покупки нового дома частным лицом в сумме разницы стоимости нового и старого дома.

На рисунке 10 представлена классификация потребительских кредитов, по объектам кредитования.



Рисунок 10 – Классификация потребительских кредитов, по объектам кредитования [13]

Кредит на неотложные нужды является по форме универсальным. Он широко используется гражданами, поскольку истинных причин, побудивших человека взять кредит, можно банку в этом случае не называть.

Доверительные кредиты существуют в некоторых банках для добросовестных заемщиков. Если человек в срок и полностью погасил в банке один кредит, он может обратиться за следующим. Банк идет ему навстречу, не требуя, как со всех, стандартно большого пакета документов.

Форма потребительского кредита на покупку недвижимости не подразумевает, что купленная квартира или дом будут служить залогом по кредитному договору.

Чтобы взять кредит на покупку товаров, не нужно идти в отделение банка. Такая форма кредита оформляется, как правило, прямо в торговой точке, у которой имеется договор с банком. Аналогично работает кредит, предоставляемый на использование туристических, медицинских и других платных услуг.

Пенсионные многоцелевые кредиты предоставляются официально работающим пенсионерам.

Кредитование молодых семей также имеет свои ограничительные условия. Брак молодой пары в возрасте до 28-30 лет должен быть зарегистрирован в ЗАГСе.

Кредит на ремонт квартиры входит в категорию нецелевых и позволяет, взяв деньги у банка, быстро сделать ремонт дома или квартиры. При этом отчитываться банку в том, куда потрачены кредитные средства, заемщику не придется.

Ломбардный вариант потребительского кредита подразумевает, что в качестве залога используются материальные ценности заёмщика [27].

В 2017 году коммерческие банки установили новые ставки по потребительскому кредиту, в соответствии с которыми оформлять данный вид займа становится более выгодным для заемщиков. Это обусловлено тем, что Банк России вынес специальное решение, на основании которого все кредитные учреждения обязаны были снизить проценты по кредитам, предоставляемым частным лицам на разные цели.

В соответствии с этим можно определить максимальные процентные ставки потребительских кредитов в 2017 году, к которым относится:

- для микрозаймов ставка равна – 806,95%;

- для микрозаймов, размер которых не превышает 100 тыс. руб., а срок 6 месяцев, причем не предполагается предоставление залога заемщиков, ставка равна – 54,657%;

- для микрокредитов, которые не сопровождаются предоставлением залога, а также срок варьируется от месяца до двух, устанавливается ставка в размере – 421,768%;

- для автокредита максимальная ставка равна – 21,845%;

- для потребительского кредита при покупке любого товара в розницу, размер которого не превышает 30 тыс. руб., ставка равна – 48,227%;

- для потребительского кредита при покупке в розницу, размер которого больше 30 тыс. руб., устанавливается ставка – 42,459%;

- займ в банке размером до 30 тыс. руб. выдается под максимальную ставку – 36,445%;

- займ в банке размером больше 100 тыс. руб. может представляться под ставку максимум – 29,985% [31].

Как правило, максимальные процентные ставки потребительских кредитов или иных видов займов используются очень редко, поскольку разные кредитные организации стараются привлечь как можно больше клиентов сниженными ставками.

Таим образом, потребительское кредитование – это вид кредитования, довольно часто встречающийся в современных условиях, который предоставляет возможность физическим лицам без проблем получать требуемые им денежные средства в соответствии с предоставлением необходимых документов в банк, а кредитным организациям мгновенно размещать деньги с взиманием процентов за их потребление. К сожалению, суть, цели и состав потребительского кредита воспринимает не все население страны. Исходя из этого, можно сказать, что главной чертой экономически развитого общества является доступность, понятность и эффективность системы кредитования населения.

### 1.3. Нормативно-правовое регулирование кредитования физических лиц

Развитие рыночной экономики и гражданского законодательства послужило существенным стимулом к распространению в нашей стране потребительского кредитования, которое стало занимать особое место, как в экономической, так и в социальной жизни общества. Но, несмотря на то, что кредитование населения является приоритетным направлением бизнеса, функционирование рынка потребительского кредита требует развития не только соответствующих регуляторов в финансовой сфере, но и правового регулирования.

В настоящее время значительное регулирование данного вопроса содержится в Федеральном законе от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Закон о потребительском кредите) [2].

В нем определены основные понятия, правила потребительского кредитования, ограничения и запреты. Согласно п. 5 ч.1 ст. 3 Закона о потребительском кредите профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение года.

Согласно трактовке, регламентированной в Федеральном законе, потребительский кредит (заем) – денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [2].

Под потребительским кредитом следует понимать – денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Так как потребительский кредит является определенным видом общественных отношений между кредитором и заемщиком, для полноты изучения сущности кредита стоит ознакомиться с субъектами кредитных отношений – кредиторами и заемщиками.

Кредиторы - это лица, предоставившие денежные средства заемщику, а заемщики - это субъекты хозяйствования или население, имеющие потребность в необходимых ресурсах. Таким образом, одна из сторон (кредитор) предоставляет другой (заемщику) деньги (имущество) на определенный срок с условием возврата эквивалентной стоимости, как правило, с оплатой этой услуги в виде процента [24].

Отношения между кредитором и заемщиком, их связь друг с другом представляют собой отношения двух субъектов, выступающих:

- как юридически самостоятельные лица;
- как участники кредитных отношений, обеспечивающие имущественную ответственность друг перед другом;
- как субъекты, проявляющие взаимный экономический интерес друг к другу [5].

С появлением банков наблюдаются не только концентрация кредиторов, но и значительное расширение состава заемщиков. Традиционно банки при этом становятся коллективными заемщиками, поскольку занимают не для себя, а для других. Кредитор и заемщик, вступая в кредитные отношения, демонстрируют единство своих целей и интересов.

На практике данные взаимоотношения закрепляются кредитным договором. Кредитный договор – это официальный документ, регламентирующий финансовые взаимоотношения кредитной организации и заемщика.

Статья 4 Закона о потребительском кредите устанавливает, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

В первую очередь Закон о потребительском кредите направлен на обеспечение необходимого баланса между интересами профессиональных кредиторов (по своевременному рефинансированию, извлечению достаточной

прибыли) и заемщиков - физических лиц (по формированию разумного финансового бремени на справедливой и прознанной основе).

Когда полученный гражданином кредит соответствует значению «потребительский кредит», зафиксированный в Законе о потребительском кредите, то проблемы, связанные с правильностью правоприменения и нарушением прав заемщиков, фактически отсутствуют.

Участниками данных отношений являются легитимные участники рынка, деятельность которых обеспечивается, в частности, надзором со стороны Банка России. Между тем Высший Арбитражный суд РФ в п. 4 Информационного письма от 10.08.1994 № С1-7/ОП-555 указал, что выдачу займов могут осуществлять и обычные хозяйствующие субъекты при условии, что она не носит систематического характера. Однако часто на стороне займодавца выступает физическое лицо либо юридическое лицо, которые не отвечают критериям, установленным в Законе о потребительском кредите, но систематически выдают кредиты физическим лицам [13].

Такой займодавец не обладает статусом кредитной или некредитной финансовой организации, действует за пределами формальных рамок потребительского кредитования.

Граждане, в свою очередь, вступая в заемные отношения с таким лицом, в значительной степени лишаются установленных для этой сферы общественных отношений правовых гарантий. В судебной практике нередко возникают вопросы о том, применимо ли законодательство о потребительском кредитовании к обязательствам такого рода. А если применимо, то в какой части, и с какими последствиями. Однозначного ответа судебной практикой не выработано. В одних случаях суды исходят из того, что Закон о потребительском кредитовании не распространяет свое действие на кредиты, где в качестве займодавца выступает лицо, не обладающее необходимым статусом. В других ситуациях суды по аналогии применяют требования Закона о потребительском кредите в части, касающейся установленных им ограничений.

Также существует практика, где суды признают совершенную сделку недействительной в целом, так как фактическое осуществление потребительского кредитования лицами, не указанными в Законе недопустимо.

Таким образом, на данный момент присутствуют пробелы в законодательном регулировании вопросов потребительского кредитования, в связи, с чем возникает необходимость применять нормы по аналогии, руководствуясь общими положениями гражданского законодательства. При этом стоит отметить, что важно учитывать конкретные обстоятельства и находить баланс между защитой более слабой стороны - потребителя, и в то же время не забывать про принцип свободы договора (ст. 421 ГК РФ).

Судебная практика в настоящее время неоднократно подчеркивает, что принцип свободы договора не является абсолютным и должен применяться в совокупности с установленными ст. 10 ГК РФ принцип добросовестности участников гражданского оборота, поэтому в дискреционные полномочия суда входит и оценка справедливости условий договора, соблюдение баланса интересов сторон, разумности и соразмерности встречного предоставления [1].

Следовательно, важно правильно использовать предусмотренные законодателем правовые средства и установить такую практику правоприменения, которая поставила бы эффективный барьер на пути недобросовестных кредиторов, действующих в обход закона, и способствовала тем самым развития легальных способов кредитования.





## 2 Анализ кредитования физических лиц (на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»)

### 2.1 Организационно-экономическая характеристика организации

Объектом анализа данной главы выступает ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк». Полное наименование банка на английском языке: HomeCredit& FinanceBankLimitedLiabilityCompany.

Банк имеет полное фирменное наименование на русском языке – Хоум Кредит Энд Финанс Банк и сокращенное фирменное наименование на русском языке ХКФБ. Юридический адрес: 125040, г. Москва, улица Правды, д. 8, корп. 1. Действует на основании Генеральная лицензия № 316 Банка России от 15 марта 2012 г.

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» (далее ООО «ХКФ Банк») - один из ведущих банков на рынке розничных банковских услуг с активами 237,6 млрд. руб. и собственными средствами 43,8 млрд. руб. по состоянию на 31.12.2016 г., согласно данным МСФО [14].

Начал свою деятельность в России с 2002 года. 31 января 2002 года была совершена сделка о покупке Группой Хоум Кредит Инновационного Банка «Технополис», основанного в 1990 году (лицензия № 316 от 19 июня 1990 года). В этом же году 16 июля был выдан первый кредит под брендом Хоум Кредит в России, и была открыта первая торговая точка. А также 2002 год ознаменовался открытием первого представительства в Нижнем Новгороде.

С 2002 по 2016 год ООО «ХКФ Банк» прошел все этапы - безудержный рост, преодоление кризиса и проблемных ситуаций, попытки выхода в сегмент, и последующего отказа от них, выход на рынок лидером POS-кредитов, неоднократные лидирующие позиции в рейтингах, достижение высокого клиентского сервиса. И уже к 2017 году банк достиг колоссальных результатов с потенциалом для дальнейшего развития [15].

ООО «ХКФ Банк» развивает свою деятельность на рынке кредитования уже 14 лет с главной миссией сделать жизнь лучше, опираясь на такие ценности как открытость, ответственность, партнерство и энергия.

По результатам деятельности в 2017 году перед банком были поставлены следующие задачи:

1. POS-кредит за 10 секунд.
2. Найти баланс между эффективностью и клиентоориентированностью.
3. Расширить функционал онлайн-услуг.
4. Внедрение шопинг карты.
5. Разработка новой концепции позиционирования бренда.
6. Увеличение продаж POS-онлайн.
7. Увеличение партнеров.

Банку предоставляется право на осуществление следующих банковских операций со средствами в рублях и иностранной валюте, в соответствии с генеральной лицензией на осуществление банковских операций:

1. Привлечение денежных средств физических и юридических лиц (до востребования и на определенный срок).
2. Размещение привлеченных во вклады (до востребования и на определенный срок) денежных средств физических и юридических лиц от своего имени и за свой счет.
3. Открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.
4. Осуществление переводов денежных средств по поручению физических и юридических лиц, в том числе уполномоченных банков корреспондентов и иностранных банков, по их банковским счетам.
5. Инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц.
6. Купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах.
7. Выдача банковских гарантий.

8. Осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов, в том числе электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов) [16].

Приоритетными направлениями деятельности ООО «ХКФ Банк» являются предложение широкой линейки продуктов для физических лиц, а также обеспечение высокого уровня клиентского сервиса. Перечень услуг банка представлен на рисунке 11.



Рисунок 11 – Услуги ООО «ХКФ Банк»

ООО «ХКФ Банк» был создан в форме общества с ограниченной ответственностью в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации. Высшим органом управления Банка является Общее собрание

участников, созываемое для проведения ежегодных и внеочередных собраний. Общее собрание участников принимает стратегические решения относительно деятельности Банка.

Общее собрание участников определяет состав Совета Директоров. Совет Директоров несет ответственность за общее управление деятельностью Банка.

Законодательством Российской Федерации и Уставом Банка определены перечни решений, которые принимаются исключительно Общим собранием участников, и решений, которые принимаются Советом Директоров. Руководство текущей деятельностью Банка осуществляется единоличным исполнительным органом (Председателем Правления) и коллективным исполнительным органом Банка (Правлением). Совет Директоров определяет состав Правления. Исполнительные органы Банка несут ответственность за выполнение решений, принятых Общим собранием участников и Советом Директоров Банка. Исполнительные органы Банка подотчетны Совету Директоров Банка и Общему собранию участников.

География деятельности банка охватывает территорию России и Казахстана. Сеть дистрибуции ООО «ХКФ Банк» в России и дочернего АО «Хоум Кредит Банка» в Казахстане насчитывает 297 банковских офисов, 1 116 банкоматов, а также более 100 000 точек продаж в магазинах партнеров.

Банк работает над развитием услуг дистанционных сервисов, расширяя возможности интернет и мобильного банка, а также активно развивает карточные продукты. Качество обслуживания остается одним из главных показателей работы банка, именно поэтому для клиента открыты все возможные каналы коммуникации: офис, колл-центр, онлайн чат и видеоконсультант, социальные сети, формы обратной связи на сайте.

В настоящее время перед ООО «ХКФ Банк» стоит цель значительно увеличить объем бизнеса в сегменте POS-онлайн, банк запустил кредитование на покупку товаров в интернет-магазине «Эльдорадо». Это направление дополнит лидерские позиции банка на рынке POS. Данный сервис помог поднять рыночную долю в 2016 году до 26,5% против 24,5% годом ранее.

Стоит отметить, что величина просроченной задолженности в POS ниже, чем в целом по кредитному портфелю. [14].

Основные конкуренты по предоставлению услуг представлены таблице 1.

Таблица 1 – Конкуренты по предоставлению услуг ООО «ХКФ Банк»

Услуги	Конкуренты
POS-кредит	ООО «Ренессанс Кредит», АО «Альфа Банк», АО «ОТП Банк», ПАО «Почта Банк».
Кредит наличными	ПАО Сбербанк, ПАО Банк ВТБ, АО «Райффайзенбанк», АО «Гаспромбанк».
Кредитные карты	АО «Альфа Банк», ПАО «Почта Банк», ПАО ПАО Сбербанк, ПАО «Совкомбанк».
Дебетовые карты	АО «Райффайзенбанк», ПАО «Рокетбанк», АО «Альфа Банк», ПАО «БИНБАНК»
Вклады	ПАО «Банк ФК Открытие», ПАО «Промсвязь банк», АО «ЮниКредит Банк», АО «Россельхозбанк».
Ипотечное кредитование	ПАО Сбербанк, ПАО Банк ВТБ, АО «Гаспромбанк», АО «Райффайзенбанк».
Онлайн услуги	ПАО Сбербанк, АО Альфа Банк, ПАО «Почта Банк», ПАО «ВТБ 24».

Основными факторами конкурентоспособности ООО «ХКФ Банк» являются:

- работа по принципу «Просто. Быстро. Удобно»;
- введение должности финансового примирителя, который рассматривает сложные случаи, связанные с клиентами;
- мобильный банк для всех популярных мобильных платформ;
- уникальные предложения кредитной линейки в сегментах «Туризм» и «Мебель»;
- модернизация системы выдачи кредитов без посещения банковского офиса;
- клиентоориентированность, а именно построение пути к лояльности клиентов, через лояльность сотрудников.

ООО «ХКФ Банк» сохранит лидирующие позиции и достигнет больших результатов в следующих направлениях:

- 1 место по размерам портфеля POS-кредита;
- 8 место по размеру портфеля кредита наличными;

- 16 место по размеру портфеля срочных вкладов физических лиц;
- 11 место по портфелю кредитных карт.

По итогам 2017 года Ассоциация российских банков наградила ХКФ Банк премией за лучший интернет-банк. Международными рейтинговыми агентствами Moody's и Fitch были отмечены успехи банка.

Международное агентство Moody's в ноябре 2017 года подтвердило долгосрочный рейтинг по депозитам ХКФ Банк в иностранной и национальной валютах на уровне В2 и пересмотрев его прогноз с «негативного» до «стабильного». Кредитные рейтинги: Fitch В+, прогноз «Стабильный».

Таблица 2 – Динамика показателей, характеризующих результаты финансово-хозяйственной деятельности ООО «ХКФ Банк» за 2015- 2017 гг., в млн. руб.

№	Наименование статьи	2015 г.	Абсолютное изменение 2015-2016 гг.	2016 г.	Абсолютное изменение 2016-2017 гг.	2017 г.	Абсолютное изменение 2017-2015 гг.
1	Процентные доходы, всего, в т.ч.:	60526	13942	46584	-2066	44518	-16008
1.1	От размещения средств в кредитных организациях	2032	-955	1077	-472	605	-1427
1.2	От ссуд, предоставленных клиентам, не являющимся в кредитными организациями	55929	-12370	43559	-1844	41 715	-14214
1.3	От вложений в ценные бумаги	2 563	-614	1 947	+251	2 198	-365
2	Процентные расходы, всего, в т.ч.:	29 283	-12330	16 953	-1973	14 980	-14303
2.1	По привлеченным средствам кредитных организаций	706	-486	220	-71	149	-560
2.2	По привлеченным средствам клиентов, не являющихся кредитными организациями	28144	-11454	16690	-11454	14 830	-13314
2.3	По выпущенным долговым обязательствам	433	-391	42	-42	0	-433
3	Чистые процентные доходы	31242	-1611	29631	-93	29 538	-1704
4	Прибыль (убыток) до налогообложения	-10180	-2594	7 586	7745	15 331	5151
5	Прибыль (убыток) за отчетный период	-10180	-4443	5737	5890	11 627	1447

Деятельность ООО «ХКФ Банк» характеризуется показателями, представленными в таблице 2. (приложение 1-2)

Таким образом, за анализируемый период 2015-2016 гг. имеют отрицательную тенденцию в результате деятельности банка, в отличие от 2017 года, в процессе которого увеличилась прибыль после налогообложения и составила 5 737 млн. руб., в то время как в 2016 г. наблюдался убыток 4443 млн. руб.

В период 2017 года проводилось сокращение персонала и офисной сети в рамках оптимизации бизнеса, тогда ООО «ХКФ Банк» закрыл 1 863 офиса и 22 региональных центров, следует из отчетности банка по МСФО.

На оптимизацию розничной сети он потратил 776 000 млн. руб. Все предыдущие года банк только увеличивал количество офисов. Сокращение офисов началось еще 2015 году, когда ХКФ Банк получил убыток в первом квартале 2015 г. Это был первый убыток за все время работы банка на российском рынке кредитования – даже в разгар кризиса, в начале 2009 года, банку удавалось зарабатывать. За счет сокращения бизнеса банк рассчитывал снизить убытки. Данный финансовый результат был обусловлен давлением на процентную маржу, значительным объемом резервов на возможные потери по ссудам. В настоящее время ООО «ХКФ Банк» обслуживает около 4,1 млн. активных клиентов в России и Казахстане через 294 банковских офиса, более 101,000 точек продаж, 216 почтовых отделений и 1,116 банкоматов. На 01.01.18 г. размер клиентской базы банка составлял 34,1 млн. человек.

## 2.2 Анализ состава, структуры и динамики кредитования физических лиц ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

Кредитование физических лиц представлено тремя основными направлениями, каждый из которых является для банка важным и значительным. Перечень приоритетных направлений и основные конкуренты на рынке розничных банковских услуг представлены на рисунке 12.





Рисунок 12 – Приоритетные направления в кредитовании физических лиц  
ООО «ХКФ Банк»

Чтобы преуспеть по приоритетным направлениям и достигать хороших результатов при наличии высокой конкуренции на рынке, ООО «ХКФ Банк» должен учитывать специфику работы каждого конкурента для оптимизации собственной деятельности.

Рассмотрим динамику кредитов физическим лицам по трём приоритетным направлениям. (таблица 2)

Таблица 2 - Динамика объемов потребительских кредитов в ООО «ХКФ Банк», в тыс. руб.

Направления	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменения 2016 г. к 2015 г., в %	Изменения 2017 г. к 2016 г., в %
Кредиты наличными	95 555 060	82 313 405	101 931 326	86,14	123,8
Потребительские кредиты	44 047 055	50 087 093	59 350 792	113,7	118,5
Кредитные карты	28 093 264	21 231 628	15 835 607	75,6	74,5
Ипотечные кредиты	4 098 922	2 277 616	1 775 720	55,6	78,0
Автокредиты	2891	436	0	155,1	0
Кредиты корпоративным клиентам	21 703	6 069	37 109	27,9	611,4
Всего	145 463 557	140 345 666	165 460 246	96,5	117,9

Как видно из таблицы 2 наибольший удельный вес в структуре кредитного портфеля физических лиц приходится на кредиты наличными и потребительские кредиты.

В 2017 г. по сравнению с 2016 г. произошло целенаправленное увеличение объёмов выдачи кредитов по следующим направлениям:

- объём кредитов наличными увеличился на 23,8%;
- потребительских кредитов на 18,5%;

Выдачи кредитов по кредитным картам наоборот снизились на 25,5%.

Под прочими кредитами здесь понимаются выплаты по ипотекам и автокредитам, субсидированные кредиты, специальные кредиты корпоративным клиентам – именно по данной структурной единице наблюдается положительная динамика только по кредитам корпоративным клиентам в 2017 г. в 6,11 раза по сравнению с 2016 г.

В 2017 году банк сделал упор на POS –кредиты, рост этого показателя составил 12% по сравнению с 2016 годом, вытесняя при этом все уменьшающиеся объёмы кредитов и кредитных карт (-14% и -35% соответственно).

Структура кредитов физическим лицам в ООО «ХКФ Банк» за 2017 г. представлена на рисунке 13.

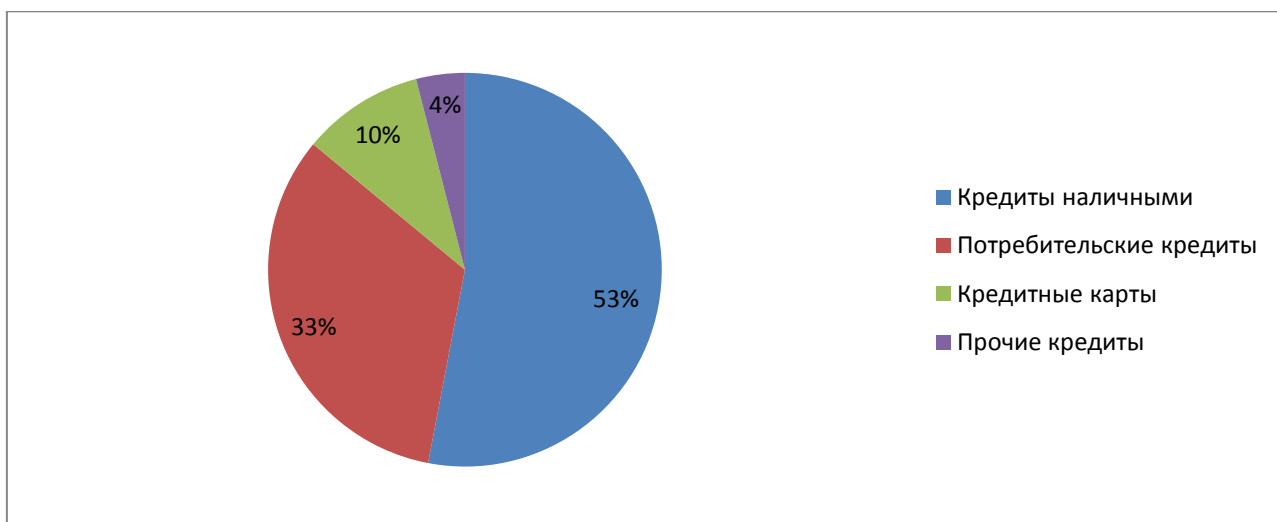


Рисунок 13 - Структура кредитов физическим лицам ООО «ХКФ Банк»

В целом, объём совокупного кредитного портфеля физическим лицам на 2017 год по сравнению с 2015 годом снизился почти на 13%). Такое падение вызвано сложной макроэкономической ситуацией в стране, снижением розничного товарооборота и покупательской способности в целом, а так же ужесточением требований к заёмщикам.

Структура потребительских кредитов по срокам кредитования ООО «ХКФ Банк» представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Структура потребительских кредитов по срокам кредитования ООО «ХКФ Банк»

Срок кредитования	2015 г.	2016 г.	2017 г.
На срок до 30 дней	0,03	0,029	3,025
На срок от 31 до 90 дней	0,08	0,08	0,07
На срок от 91 до 180 дней	1,16	1,15	1,12
На срок от 181 дней до 1 года	18,92	18,06	17,82
На срок от 1 года до 3 лет	48,22	45,64	43,67
На срок свыше 3 лет	26,48	35,01	33,89
До востребования	0,005	0,031	0,4
Итого	100	100	100

Анализ структуры потребительских кредитов показал, что доля кредитов со сроком кредитования от 1 до трех лет сократилась с 48,2% до 43,67% за четыре года.

Также наблюдается сокращение доли кредитов со сроком более трех лет. Так, в 2016 году на их долю приходилось 35,01%, а за 2017 году их доля снизилась до 33,89%.

Динамика потребительских кредитов по степени кредитного риска ООО «ХКФ Банк» представлена в таблице 4.

Таблица 4 - Динамика потребительских кредитов по степени кредитного риска ООО «ХКФ Банк», млрд. руб.

Вид кредита	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Кредиты, возвращаемые в срок	127 368 199	130 350 743	156 264 360
Кредиты с просроченной задолженностью до 30 дней	6192 657	4 878 174	5 088 583
Кредиты с просроченной задолженностью от 31 до 90 дней	4 195 995	2 228 836	2 044 773
Кредиты с просроченной задолженностью от 91 до 180 дней	3 347 053	1 400 865	1 077 774
Кредиты с просроченной задолженностью 180- 360 дней	4 241 491	1 479 674	979 536
Кредиты с просроченной задолженностью свыше 360 дней	118162	7374	5 220
Всего	145 463 557	140 345 666	165 460 246

Среди просроченных ссуд наибольшая доля приходится на ссуды с просроченной задолженностью до 30 дней.

При этом в 2017 году наблюдается тенденция к снижению такой доли до 5%, в то время как в 2015 году на долю таких ссуд приходило 7,5%. (рисунок 14)

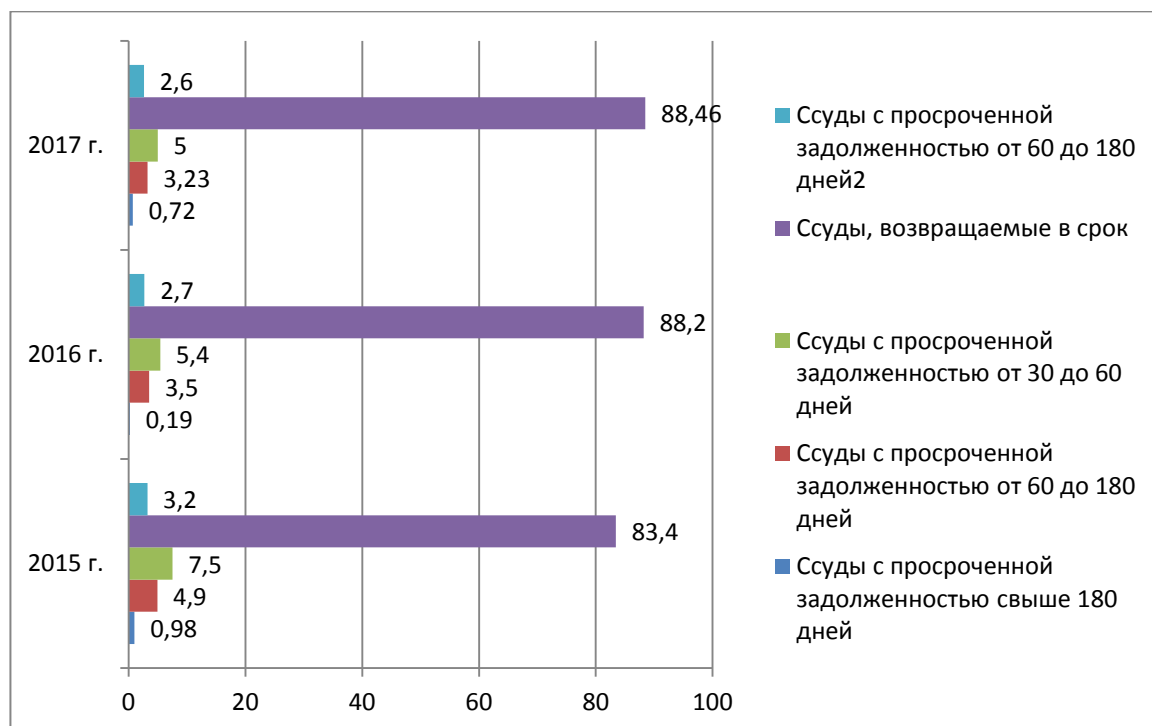


Рисунок 14 - Структура потребительских кредитов по степени кредитного риска, %

Рассмотрим динамику потребительских кредитов по видам обеспечения на рисунке 15.

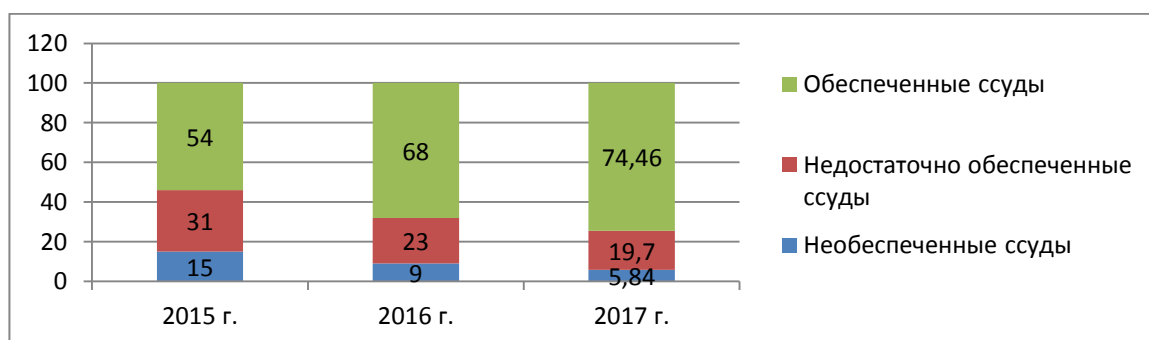


Рисунок 15 - Структура потребительских кредитов по качеству обеспечения в ООО «ХКФ Банк», %

Доля необеспеченных ссуд в структуре кредитного портфеля в 2016 году снизилась до 9%, что свидетельствует о снижении кредитного риска банка.

Большая часть выданных кредитов физическим и юридическим лицам имеет обеспечение, но доля необеспеченных или малообеспеченных ссуд сравнительно высока – 23% на конец 2016 года, в 2017 года данная тенденция идет на спад, соответственно риски банка снижаются. Структура потребительских кредитов по качеству обеспечения показала, что доля необеспеченных и недостаточно обеспеченных ссуд к концу 2017 года значительно уменьшилась, но все еще имеет место быть, поэтому необходимы меры борьбы с ней.

Как уже отмечалось ООО «ХКФ Банк» уже давно позиционирует себя в роли лидера рынка российского потребительского кредитования.

ООО «ХКФ Банк» кредитует физических лиц при условиях начисления займов без внесения первоначального взноса, комиссий, взимающихся при оформлении заявки, а также без комиссий для обслуживания счёта кредитуемого лица.

В процессе выдачи розничных кредитов ООО «ХКФ Банк» оценивает потенциальных заемщиков с помощью сервиса Скоринг Бюро.

Скоринг Бюро – аналитический инструмент для оценки благонадёжности заёмщика на основании данных из его кредитной истории. Значение выдается в виде скорингового балла, который отражает вероятность дефолта заёмщика в течение последующих 12 месяцев по любому из его кредитов. При построении скоринговой модели используется метод логистической регрессии. Набор предсказательных переменных в модели носит исключительно поведенческий характер, т.е. содержит только информацию из кредитной истории заёмщика.

При расчете Скоринга Бюро используются данные 259,5 млн. кредитных историй по 68 млн. заемщиков, хранящихся в базе ОКБ. Доля информативных ответов (хитрейт) при запросах в ОКБ превышает 96%, что гарантирует очень высокую точность скоринговой карты ОКБ [20].

ООО «ХКФ Банк» использует Скоринг Бюро в рамках собственной комплексной системы управления рисками в розничном кредитовании.

При начислении процентов по кредиту применяется аннуитетная схема, подразумевающая необходимость погашения кредитного займа равными ежемесячными платежами.

Кредиты физическим лицам выдаются в рублях, долларах и евро по желанию заёмщика, с фиксированной процентной ставкой. Они могут быть как наличными, выдаваемыми в кассе банка, так и подлежащими безналичному перечислению на карту клиента или его счёт в банке.

Условия кредитования предусматривают возможность подачи заявки в режиме онлайн и получение средств в тот же день.

Рассмотрим способы оформления кредита.

Клиент, изъявивший желание оформить кредит в ООО «ХКФ Банк», должен совершить следующие действия:

- явиться в отделение банка, имея при себе полный набор документов, требуемых для оформления кредита, и подать заявку по определённой банком форме;

- дождаться одобрительного решения банка по заявке на получение кредита;

- соблюсти все формальности оформления кредитного соглашения с ООО «ХКФ Банк»;

- получить по договору кредитования средства.

Другим методом оформления займа является онлайн-заявка. От описанного выше способа она отличается только тем, что для её подачи клиенту не нужно лично являться в офис банка, поскольку достаточно провести все необходимые операции, используя свой домашний персональный компьютер и интернет. В отделение банка следует явиться только для подписания договора и получения кредитных средств при вынесении банком положительного решения.

ООО «ХКФ Банк» имеет свой собственный подход к оформлению кредитных средств, чем выгодно отличается от остальных своих конкурентов.

При этом следует отметить, что банк проводит чёткое разделение между кредитами, выдаваемыми в рублях и в иностранной валюте.

Приведенная ниже таблица 5 содержит сравнительную информацию относительно подобных предложений банка для физических лиц в 2017 году. Руководствуясь приведенными выкладками, потенциальный заёмщик сможет сориентироваться относительно того, в какой валюте следует брать кредит, и какие условия наиболее приемлемы для него.

Таблица 5 – Сравнительная характеристика предложений по кредитованию физических лиц ООО «ХКФ Банк»

Валюта кредита	Сумма кредита	Сроки выдачи	Процентные ставки	Условия банка
Рубль	10 000 – 500 000	3 – 5 мес	22 -40 % годовых	возраст клиента от 18 до 65 лет
Доллар	до 6 000	до 3 лет	10 – 14 % годовых	обязательная позитивная кредитная история
Евро	до 5 000	до 4 лет	10 – 12 % годовых	обязательное наличие положительной кредитной истории

Процентные ставки по кредитным займам для физических лиц колеблются в зависимости от вида валюты, в которой выдан кредит, его сроков и суммы. В среднем процентные ставки рублёвых займов находятся в пределах от 21,5 до 42% годовых, кредитов, выдаваемых в долларах - от 9 до 14,5% годовых, займов, выдаваемых в евро - от 10 до 12% годовых.

Остановимся на требованиях к заемщикам.

Ввиду усложнения экономической ситуации в стране банком были ужесточены требования к физическим лицам, изъявившим желание получить в нём кредит. На сегодня потенциальный заёмщик должен выполнять такие требования ООО «ХКФ Банк»:

- обязательное наличие российского гражданства;
- возраст от 18 до 68 лет включительно;

- обязательная регистрация и постоянное проживание в регионе функционирования банка;

- постоянное трудоустройство, подразумевающее наличие регулярного источника дохода;

- позитивная кредитная история.

Требуемые документы рассмотрены ниже.

Для того чтобы получить ссуду в ООО «ХКФ Банк» потенциальный клиент обязан представить на рассмотрение такой пакет документов:

- паспорт, свидетельствующий о его российском гражданстве;

- заявление на получение кредитного займа;

- ксерокопию трудовой книжки или трудового соглашения с работодателем;

- водительские права (для заёмщиков, претендующих на получение кредитов наличными);

- пенсионное свидетельство (для пенсионеров);

- документ, подтверждающий право собственности заёмщика на его жилую площадь;

- полис страхования.

Последние два пункта относятся к категории потенциальных клиентов, которые претендуют на получение кредитов на максимально выгодных условиях.

Кредит можно получить как наличными деньгами в кассе ООО «ХКФ Банк», так и путём безналичного перечисления средств на пластиковую карту заёмщика. Заёмщиком заключается договор кредитования, предусматривающий перечень условий банка, включающих в себя сумму вклада, сроки погашения, проценты по кредиту и ответственность заёмщика. В том случае, если заёмщик не выполняет свои обязательства по обслуживанию кредита или выполняет их не в полном объёме, допуская просрочку платежей, происходит начисление штрафных санкций, составляющих 0,15% в сутки от суммы просроченного платежа.



Доступные для заёмщиков суммы различны и их объём зависит от сроков кредитования, а также валюты, в которой выдан кредит и способа его выдачи (наличными деньгами или на пластиковую банковскую карту). Потенциальный клиент банка может рассчитывать на суммы следующих порядков: если речь идёт о рублёвом кредите - от 10 000 до 500 000, если кредит выдаётся в долларах - от 1000 до 6000, при условии выдачи займа в евро - от 500 до 5000.

Погашение задолженности.

Банк даёт возможность своим клиентам погасить кредитную задолженность множеством способов.

Их примерное перечисление может иметь такой вид:

- наличные платежи, вносимые в кассу банка;
- проведение платёжных операций с использованием системы интернет-банкинг;
- расчёт с использованием карты любого другого российского банка на сайте ООО «ХКФ Банк». При этом зачисление средств, как правило, не занимает больше трёх дней;
- посредством применения зарплатной карты заёмщика;
- внесением платежей через терминалы и банкоматы ООО «ХКФ Банк»;
- используя платёжный сервис Киви;
- через кассу любого другого российского коммерческого банка;
- при помощи почтового перевода;
- посредством использования дополнительных платёжных систем.

Кредиты частным лицам в ООО «ХКФ Банк» располагают рядом преимуществ и недостатков. Среди его неоспоримых преимуществ есть смысл выделить такие факторы:

1. Доступность полной информации банка, касающейся подробного описания его кредитных продуктов.
2. Полная прозрачность при оглашении условий договора кредитование и его подписании.

3. Отсутствие комиссий при заключении кредитного договора, а также необходимости внесения первоначальной суммы при заключении договора кредитования.

4. Простота оформления кредита и получения денег.

5. Многообразие способов погашения кредитного займа.

6. Широкий возрастной диапазон лиц, имеющих право получения кредита в банке.

Недостаткам кредитного займа относятся такие обстоятельства:

1. Сравнительно небольшая величина максимально возможной суммы кредита.

2. Широкий разброс величины процентной ставки по кредиту, выдаваемому в рублях.

3. Возможность изменения процентной ставки в период действия договора кредитования.

4. Обязательность наличия положительной кредитной истории для получения займа.

Таким образом, по данному разделу можно сделать следующие выводы.

Анализ финансового и экономического состояния ООО «ХКФ Банк» за 2015-2017 гг. показал, что в 2016 году доходы уменьшались, в то время как расходы продолжали расти. Однако общее финансовое положение банка можно охарактеризовать как устойчивое. Основными факторами, оказавшими наибольшее влияние на данные результаты, являются способность банка активно реагировать на изменения рыночной ситуации и предпринимать оперативные меры по оптимизации бизнеса, сохранения качества активов за счет непрерывного усовершенствования процесса управления рисками и оптимизации параметров продуктов.

Процесс кредитования в ООО «ХКФБ» является достаточно сложным и обладает некоторыми особенностями, связанными, в первую очередь, с отличительными качествами различных каналов получения кредита. Банк активно вводит, развивает и совершенствует дистанционные сервисы,

мобильные приложения и информационные услуги. Интересно заметить, что большинство из них появились только за последние полтора года. На данный момент существует ряд автоматизированных систем, позволяющих максимально быстро, удобно и комфортно оформить потребительский кредит.

### 2.3 Выявленные проблем в сфере кредитования физических лиц ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

Основной проблемой ООО «ХКФ Банк» за период 2015-2015 гг. является рост просроченной задолженности по кредитованию физических лиц, что спровоцировало рост резервов на возможные потери. В 2016-2017 году ситуация более или менее стабилизировалась, удалось снизить уровень просроченной задолженности по выданным ссудам. Но при этом необходимо и далее снижать эти показатели. (рисунок 16)

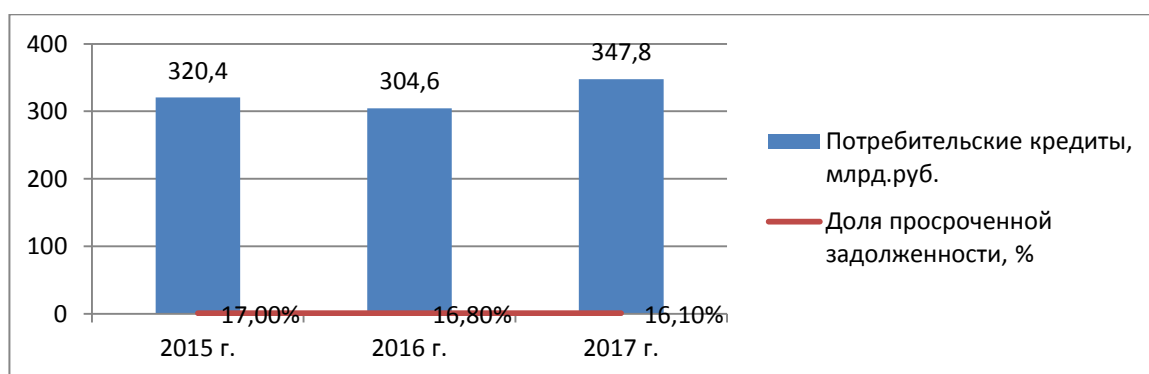


Рисунок 16 - Уровень просроченной задолженности по кредитованию физических лиц ООО «ХКФ Банк»

Стоит отметить, что Банк России воздействует на динамику банковских ссуд и депозитов, а значит на объем денежного предложения через систему обязательных резервов. Устанавливая и изменяя норматив обязательных резервов, центральный банк регулирует величину кредитных ресурсов коммерческих банков и соответственно уровень рыночных процентных ставок, объем ссуд, выдаваемых коммерческими банками, управляет механизмом банковского мультипликатора и тем самым воздействует на величину денежной массы, курс национальной валюты.

Также отметим, что в банке выросли резервы на возможные потери по ссудам в 2015 году. В 2016-2017 году ситуация стабилизировалась в связи с сокращением доли просроченной задолженности по физическим лицам (рисунок 17) и входом в группы «Открытие».

Динамика резервов на возможные потери по потребительским кредитам ООО «ХКФ Банк» представлена на рисунке 17.

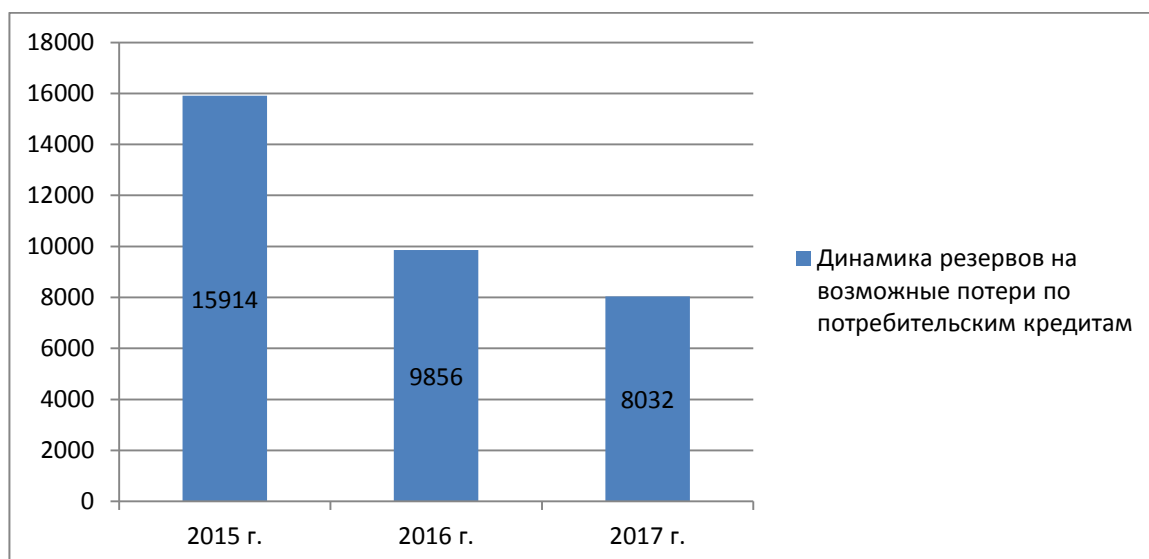


Рисунок 17 - Динамика резервов на возможные потери по потребительским кредитам ООО «ХКФ Банк», млн. руб.

ООО «ХКФ Банк» подвергается кредитному риску, состоящему в том, что контрагенты Банка могут оказаться не в состоянии своевременно и в полном объеме погасить свою задолженность перед банком.

Лимиты кредитного риска устанавливаются по концентрации риска и по уровням экономического капитала, необходимого для покрытия совокупных потерь по кредитному риску, с применением методик, рекомендованных Базельским комитетом по банковскому надзору (Базель II).

При быстром определении платежеспособности заемщика ООО «ХКФ Банк», кредитные специалисты применяют следующую формулу:

$$K_{\text{ПЛ}} = Д * К * Т \quad (1)$$

где

- Д - среднемесячный доход за последние 6 месяцев за вычетом всех обязательных платежей;

- К - коэффициент, зависящий от величины Д, т.е. показатель равен  $K = 0,3$  при Д в эквиваленте до 500\$,  $K = 0,4$  при Д от 501 до 1000\$,  $K = 0,5$  при Д свыше 1000\$.

Доход в долларовом эквиваленте определяется пересчетом рублевых доходов по курсу Банка России установленному на момент обращения заявителя в банк;

Т - срок кредитования, мес.

Важно отметить, что применение данной формулы в условиях резких скачков курса доллара в 2015-2016 годах привело к снижению объемов потребительского кредитования. В 2017 году данную формулу отредактировали и установили значение К в соответствии с рублевым значением среднемесячного дохода (таблица 6)

Таблица 6 - Значение коэффициента К, используемого ООО «ХКФ Банк» при определении платежеспособности заемщика

До 2017 года		После 2017 года	
Размер среднемесячного дохода, Д (в долл.)	Значение	Размер среднемесячного дохода, Д (в руб.)	Значение
До 500	0,3	До 20000	0,3
501-1000	0,4	20001-40000	0,4
Свыше 1000	0,5	Свыше 40000	0,5

Так, если первичная оценка показала, что клиент является платежеспособным, то кредитный специалист заполняет анкеты, собирает пакет необходимых документов и оценивает платежеспособность уже при помощи скоринговой модели (программы), которая основана на различных характеристиках клиентов: доход, возраст, профессия, семейное положение и т.д. В результате анализа факторов рассчитывается интегрированный показатель, дающий представление о степени кредитоспособности заемщика, исходя из набранных в ходе анализа баллов (таблица 7).

Таблица 7 - Пример расчёта интегрированного показателя кредитоспособности физического лица в ООО «ХКФ Банк»

Критерий оценки	Вес, доли	Баллы (от 1 до 5)	Итоговый результат
Доход на основном рабочем месте	0,25	3	0,75
Экономическая активность (другие доходы)	0,1	1	0,1
Возраст заемщика	0,1	2	0,2
Состав семьи	0,05	3	0,15
Образование заемщика	0,1	4	0,4
Наличие в собственности недвижимости	0,15	3	0,45
Наличие в собственности автомобиля	0,1	3	0,3
Поездки за рубеж на протяжении последнего года	0,05	5	0,25
Наличие водительского удостоверения	0,05	4	0,2
Наличие СНИЛС	0,05	4	0,2
Интегрированный показатель		1	3

В зависимости от балльной оценки принимается решение о выдаче кредита и его параметрах либо об отказе в предоставлении кредита. Стоит отметить, что в ООО «ХКФ Банк» не применяют экспертную систему оценки заемщика, поскольку, по мнению руководства банка, мнение экспертов так или иначе является субъективным; люди не могут оперативно обрабатывать большие объемы информации; оплата высококвалифицированных специалистов сопряжена со значительными расходами.

В ООО «ХКФ Банк» процессе оценки кредитоспособности заемщика предусматривается увеличение количества финансовых коэффициентов, посредством применения которых можно получить характеристику финансового положения. Они включают в себя показатели, которые характеризуют финансовую устойчивость и платежеспособность заемщика, эффективность использования им средств, прибыльность либо рентабельность. Данная методика оценки кредитоспособности выступает в качестве ранжирования заемщиков согласно пяти классам «А», «Б», «В», «Г», «Д» со следующими баллами (таблица 8).

Таблица 8 - Определение класса кредитоспособности по методике ООО «ХКФ Банк»

Класс	Количество баллов	Решение о кредитовании
Класс «А»	Выше 3 баллов	Кредитование возможно
Класс «Б»	От 2,6 до 3 баллов	
Класс «В»	От 2,1 до 2,5 баллов	
Класс «Г»	От 1,5 до 2,0 баллов	Кредитование не целесообразно
Класс «Д»	Ниже 1,5 баллов	

Эта методика, применяемая при оценке кредитоспособности заемщика, полностью не исключает кредитный риск, но предоставляет возможность более глубокого и всестороннего изучения потенциального заемщика. Оптимальным является также значение финансовых коэффициентов, которые характеризуют с объективной точки зрения финансовое состояние каждого из клиентов.

Для того, чтобы минимизировать кредитные риски при оформлении потребительских кредитов в ООО «ХКФ Банк» используют страхование и создают резервы на возможные потери (рисунок 18).

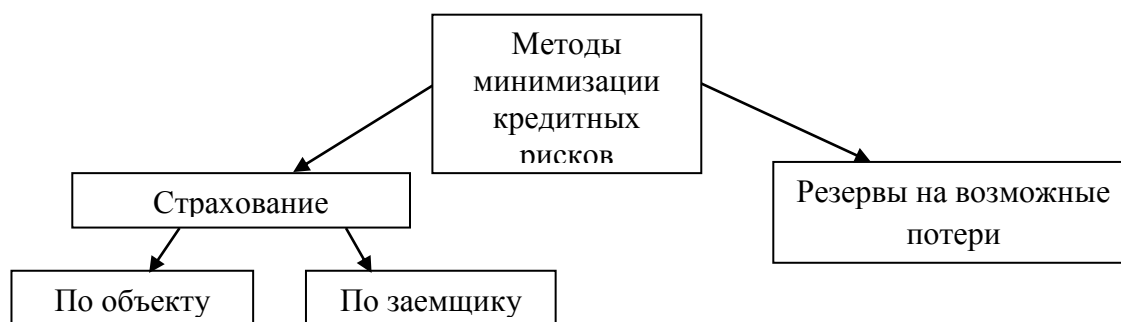


Рисунок 18 - Методы минимизации кредитных рисков в ООО «ХКФ Банк»

Также стоит отметить, что в 2017 году ООО «ХКФ Банк» выбрал курс на выдачу обеспеченных потребительских кредитов. Таким образом, стала расти доля автокредитования в банке, а также выросли размеры страхования кредитов. Так, если в 2016 году страхование жизни заемщика составляла 1-2% от суммы кредита, то в 2017 году размер страховки вырос до 5-10% от суммы кредита. Такое обеспечение кредитов позволило снизить объемы просроченной задолженности по потребительским кредитам в 2017 году.

### 3 Перспективы развития организации кредитования физических лиц в ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

#### 3.1 Предложения по совершенствованию организации динамики кредитования физических лиц ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

По данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), на сегодняшний день с кредитами живут 62 млн. россиян, или почти 82% экономически активного населения страны. При этом более 60% ссуд относятся к необеспеченным, то есть к кредитным картам и займам на покупку потребительских товаров. В ряде регионов доля экономически активных жителей, оформивших кредиты, приближается к 100%.

Таким образом, ООО «ХКФ Банк» на рынке кредитования приходится конкурировать со многими коммерческими банками на территориях своего присутствия и таким образом постоянно совершенствовать инструменты и методы осуществления эффективной кредитной политики.

Анализ программ потребительского кредитования ООО «ХКФ Банк» для физических лиц показала, что за исследуемый период значительно сократилась доля автокредитов в общем портфеле потребительских кредитов, в 2017 году она составляла 2,7%, что на 0,7% меньше чем в 2016 г.

В связи с чем, ООО «ХКФ Банк» можно предложить обратить пристальное внимание на развитие именно этого вида потребительских кредитов. Не смотря на продолжающиеся кризисные явления в экономике страны, автокредиты в последние годы остаются достаточно популярными. Это один из наиболее востребованных банковских продуктов, который является источником стабильной прибыли многих кредитных организаций.

Кроме того, ставки по такому целевому кредиту достаточно низкие, так, как и рисков у банка меньше даже в сравнении с классическим потребительским кредитованием. К тому же некоторые банки вновь открыли программы на основе утилизации старых автомобилей. Автомобильный рынок получает в полном объеме самую мощную поддержку - кредиты.



Развитие рынка автокредитования, в том числе и в 2017 году, во многом происходит за счёт особых льготных программ, которые привлекают клиентов. Обычно автомобили прошлого года выпуска продаются со скидками.

Автокредитование в России развивается и выходит на высокий уровень и ООО «ХКФ Банк» может увеличить свою долю на рынке потребительского кредитования за счет увеличения кредитов на покупку автомобилей.

Автором разработан ряд мероприятий по улучшению организации автокредитования физических лиц в ООО «ХКФ Банк».

Для более наглядного примера, рассмотрим предложение для одного из филиалов ООО «ХКФ Банк». Первое, конечно, что нужно сделать это постановка планов и мониторинг их выполнения. То есть нужно установить определенную норму по количеству привлеченных клиентов на определенный период. Привлеченный клиент – это клиент, которому в отчетном периоде был выдан кредит не менее 100 тыс. руб.

Для привлечения клиентов нужно задействовать операционно-кассовых работников (далее по тексту - ОКР), а также нанять группу промоутеров, состоящую из нескольких человек. Это нужно, потому что в некоторых филиалах ООО «ХКФ Банк» примерно 1-2 кредитных инспектора консультанта.

Соответственно клиенту достаточно сложно быстро получить интересующую его информацию по авто кредиту. Что бы этого не допустить необходимо следующее – обучение и информирование сотрудников внутренних структурных подразделений Банка.

Нужно провести комплексное, углубленное обучение по программе «Кредиты» руководителей, консультантов, ОКР всех филиалов ООО «ХКФ Банк», а также промоутеров.

В зависимости от структуры кредитного портфеля и востребованности тех или иных видов кредитных продуктов определить ориентиры для сотрудников филиалов ООО «ХКФ Банк» по предложению кредитных

сотрудников филиалов ООО «ХКФ Банк» по предложению кредитных продуктов в разрезе городских и муниципальных филиалов и допофисов.

По мере поступления изменений и обновлений памятки по кредитованию необходимо доведение их до руководителей и всех сотрудников филиалов, непосредственно не осуществляющих кредитования населения, размещение данной информации на общедоступном ресурсе, а также доведение в электронном виде до руководителей филиалов ООО «ХКФ Банк».

Количество привлеченных клиентов должно отражаться на «Карточках обратной связи на кредиты». Так для одного ОКР нормативом является 2 заявки в день. Данная мера обусловлена результатом проведенного анализа эффективности подобной программы в 2017 году, за период ноябрь – декабрь (при этом нормативом являлась 1 заявка в день): так проконсультировано 702 клиента, из которых 35,90% подали заявки на получение кредита и 23,93% от количества поданных заявок получили кредит в ООО «ХКФ Банк».

Задачами промоутеров являются следующие:

- раздача рекламно-информационных материалов по кредитам ООО «ХКФ Банк» в частности с акцентом на автокредиты;
- консультирование клиентов по условиям кредитования физических лиц в ПАО Сбербанк;
- помощь клиентом в заполнении заявления-анкеты;
- расчет максимального размера кредита, выдача и прием от клиентов пакетов документов;
- работа с непосредственными клиентами филиала с целью выявления клиентов, заинтересованных в получении кредитов, организация привлечения клиентов на кредитование в банк;
- участие на выставках и ярмарках города, с рекламной акцией.

То есть, задача промоутеров будет не только привлечение клиентов, но и небольшая разгрузка кредитного инспектора, для того, чтобы тот в свою очередь обслужил большее количество клиентов.

Стоимость работ промоутера будет установлена (на основе изученных предложений по оплате работы промоутеров в регионах) в пределах 30000 руб. в месяц.

Для того чтобы еще более заинтересовать промоутеров и сотрудников Размер бонуса за одного клиента, руб. необходимо ввести дополнительное премирование по привлечению клиентов – физических лиц на кредитование.

Размер бонуса определяется исходя из количества клиентов, привлеченных на кредитование и взятой им суммы. Бонусная система разработана автором на данных полученных в результате анализа бонусных программ некоторых банков – конкурентов ООО «ХКФ Банк» приведена в таблице 9.

Таблица 9 - Анализ бонусных систем по продвижению кредитных продуктов российских банков

Сумма кредита, тыс. руб.	Размер бонуса за одного клиента, руб.			Предложено для ООО «ХКФ Банк»	Среднее значение, тыс. руб.
	ООО «ХКФ Банк»	Русфинанс банк	Росбанк		
От 100 до 250	До 200	До 240	До 300	До 250	246,6
От 250 до 500	До 400	До 450	До 500	До 500	405,0
От 500 до 1000	До 650	До 650	До 700	До 750	666,6
От 1000000	До 900	До 800	До 1100	До 1 000	933,3

Так же необходима не денежная мотивация сотрудников филиалов ООО «ХКФ Банк». Размещение «Рейтингов» сотрудников филиалов по привлечению клиентов по результатам месяца на общедоступном ресурсе и отмечать по результатам месяца лучшего сотрудника среди городских дополнительных офисов и среди муниципальных филиалов, и допофисов, а также проводить награждение сотрудников грамотами и сувенирами.

Необходимо будет производить контроль над предложенным комплексом мероприятий - это проведение внезапных проверок по программе, проведение контрольных закупок по методу «Таинственный покупатель». Акция «Таинственный покупатель» включает в себя проверку качества обслуживания

кредитного инспектора и ОКР по тому, как полно и качественно была произведена презентация кредитного продукта.

Мероприятие в филиалах проводят сотрудники ООО «ХКФ Банк» (из головного офиса Банка - 1 раз в месяц).

Затраты по предложенным мероприятиям будут включать в себя: расходы на информационные, консультационные, маркетинговые и посреднические услуги которые составят 112114 руб. Данные расходы спрогнозированы на основании отчетов за 2017 год.

К основным целям продвижения можно отнести:

- повышение уровня информированности населения о данном продукте;
- увеличение спроса на данный продукт;
- формирование постоянного спроса на данный продукт.

Основной идеей программы продвижения является повышение информированности потребителей и убеждение их в преимуществах автокредита с помощью целевых кредитных средств: клиент может выбрать ту марку автомобиля, которую захочет, а не ту которую может позволить в данный период времени.

На основе проведенного анализа и с учетом, узнаваемости, известности ООО «ХКФ Банк», были выбраны следующие инструменты для продвижения продукта - автокредит: телевизионная реклама, радиореклама, реклама в прессе, наружная реклама, стимулирование сбыта. Наиболее действенной формой продвижения является реклама, она одновременно и информирует, и убеждает население в полезности данного продукта.

Телевидение – эффективное, дорогое средство распространения рекламы. Телереклама обладает хорошей запоминаемостью, имеет повышенный охват аудитории, является самым эмоциональным и зрелищным видом рекламы, может носить личностный характер.

Предполагается выпуск ролика на телевидение. Важным аспектом является время размещения ролика, было выбрано вечернее время с 18.00 до

20.00 с понедельника по пятницу и с 20.00 до 21.00 суббота и воскресенье, когда у экранов скапливается большое число зрителей.

Ролик должен содержать минимальную информацию (рекламируемую услугу, компанию её предоставляющую, месторасположение компании, где услугу можно получить и т.д.), но быть запоминающимся, ярким.

Реклама на радио также обеспечивает широкий охват населения, является экономичным способом размещения рекламы, обладает убеждающей силой. Более распространен среди молодых людей, чем местное телевидение.

Радио предоставляет возможность повторять рекламу большое число раз в течение дня и усиленно мотивировать потребителей на приобретение услуги. Для размещения рекламы были выбраны радиостанции «Русское радио» и «Автордио», основными слушателями которой являются молодые люди и люди среднего возраста.

Реклама в прессе включает в себя различные рекламные материалы, опубликованные в периодической печати. Их можно условно разделить на две основные группы: рекламные объявления и публикации обзорно-рекламного характера, к которым относятся различные статьи, репортажи, обзоры, несущие иногда прямую, а иногда и косвенную рекламу.

Предполагается размещение ООО «ХКФ Банк» статьи в СМИ, которая будет носить ознакомительный характер по кредитованию банком частных клиентов, акцентируя внимание на автокредит и его преимущества.

Также предполагается размещение рекламных объявлений в газете - платное, размещенное в периодической печати рекламное сообщение. В силу своей оперативности, повторяемости и широкого распространения реклама в прессе является одним из самых эффективных средств рекламы. Значительную роль при выборе издания для размещения рекламы играет его периодичность.

Ежедневную газету выбрасывают в течение суток. Ежемесячные журналы имеют еще более долгую жизнь и могут храниться в виде подборок в течение многих лет.

Наружная реклама - это средство воздействия, позволяющее настичь человека не дома и не в конторе, а на улице или во время поездок. Для молодежи щитовая реклама более эффективна, чем телевизионная и печатная, так как они больше времени проводят вне дома.

Непременное требование к тексту – краткость, к изображению – способность привлечь внимание, за короткое время реклама должна заинтересовать потребителя и проникнуть в его подсознание.

Предполагается размещение баннеров на основных улицах ООО «ХКФ Банк» регионов. Предполагается доведение информации об автокредитовании путем раздачи листовок при участии на различных выставках и ярмарках. Например, автошоу, которое проводится каждый год. В затраты по данному методу будут включены только стоимость изготовления листовок.

Прежде чем составить график продвижения, необходимо составить примерный план продвижения:

- а) подготовить материалы и представителей для участия в презентациях в автосалонах и на выставках;
- б) утвердить варианты листовок с описанием продукта;
- в) подготовить форму рекламного размещения в печатном издании.

Исходя из оценки эффективности программы продвижения автокредита ООО «ХКФ Банк» особенностей автокредита - была предложена программа продвижения и заложены критерии определения эффективности.

Отметим, что ООО «ХКФ Банк» имеет свой официальный сайт в сети Internet, на котором можно найти информацию о продуктах, предоставляемых банком, условия предоставления интересующего продукта, поэтому разработка сайта и интернет реклама в затраты на продвижение данного продукта не были включены.

Из представленной программы видно, что компания усилена в период с мая по июль, это в первую очередь связано с тем, что данный вид кредита носит относительный сезонный характер, именно в этот момент начинается активное использование автомобилей.

График программы представлен в таблице 10.

Таблица 10 - График программы продвижения автокредита для ООО «ХКФ Банк»

Месяц (2018 г.)	Теле - реклама	Радио реклама	Объявления в газете	Наружная реклама (баннер)	Печатная реклама на ярмарках, выставках	Статья в прессе	Привлечение ОКР	Привлечение промоутерами
Май	+	+	+	+	+	+	+	+
Июнь	+	+	+	+	+		+	+
Июль				+	+		+	
Август				+	+		+	
Сентябрь				+	+		+	
Октябрь				+	+		+	
Ноябрь				+	+		+	
Декабрь				+	+		+	

Стоимость инструментов продвижения автокредита для ООО «ХКФ Банк» в регионах представлена в приложении 3.

Начинается дачный сезон, активный выезд на природу, семейные путешествия на автомобиле и т.д. Как уже отмечалось ранее, важно сотрудничество с автосалонами, размещение в них рекламы (листовки, буклеты), ознакомление работников с кредитными продуктами, применение напоминающей рекламы.

Таким образом, хотя продукт не является новым, степень известности его мала, поэтому реклама носит информативный характер и одновременно напоминающей для тех, кто имеет представление о продукте, о том, что он может потребоваться им в ближайшем будущем, и о том, где его можно приобрести. Оценка эффективности рекламы для ООО «ХКФ Банк» практически невозможна из-за влияния не рекламных факторов. Но при действенности рекламной компании (увеличение осведомленных граждан о продукте, спроса на продукт) в дальнейшем может использоваться подкрепляющая реклама, реклама кредита в рамках общего портфеля.

### 3.2 Рекомендации по повышению эффективности кредитования физических лиц в коммерческом банке ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

Далее проведём расчет эффективности предложенного мероприятия по продвижению автокредитования для потенциальных заемщиков ООО «ХКФ Банк». Для сопоставления будут использованы данные бухгалтерской отчетности по результатам программы за 2017 год.

На основе планов ООО «ХКФ Банк» - увеличение доли на рынке потребительского кредитования на территории Российской Федерации, и на основании проведенного комплекса мероприятий по активному продвижению автокредита планируется следующий объем выдачи по автокредиту.

Прогнозируемая выдача кредитов физическим лицам одного из филиалов на май 2018 составляет 500000 тыс. руб. Предположительно 10% от этой суммы, т.е. 50000 тыс. руб. должны составить выдачи по автокредиту (таблица 11)

Таблица 11 - Планируемая выдача кредитов физическим лицам в филиале ООО «ХКФ Банк» на 2018 год

Месяц	Выдача кредитов физическим лицам тыс. руб.	Доля автокредита от общей суммы, %	Выдача по автокредиту, тыс. руб.	Количество человек которые должны получить автокредит, шт.
Май	500000	10	50000	100
Июнь	520000	13	67600	115
Июль	520000	15	78000	150
Август	520000	18	93600	172
Сентябрь	540000	20	108000	198
Октябрь	560000	20	112000	228
Ноябрь	570000	20	114000	232
Декабрь	580000	20	116000	240
Итого	4310000	-	739200.000	1435

По данным таблицы 12 можно сделать вывод, что прогнозируемая выдача по кредитам будет расти с каждым месяцем до декабря, а доля по автокредитам



будет интенсивно расти до сентября, а далее останется на том же уровне до декабря, на это повлияют проведенные мероприятия, интенсивность которых приходится на май и на июнь месяц, а также сезонность данного вида кредита. Но при этом динамика по автокредитам все равно будет увеличиваться, в связи с увеличением общего объема по выданным кредитам физическим лицам в ООО «ХКФ Банк».

В среднем на одного заемщика придется по 515 тыс. руб. Нужно также отметить, что эффект от рекламы проявляется не сразу. Как правило, время на заинтересовавшее рекламное сообщение у большей части потенциальных клиентов составляет около 2 недель. Для его точного определения дата начала рекламной компании сопоставляется с датой резкого увеличения динамики целевого показателя. Таким образом, проведем следующие расчеты:

- предполагаемая выдача по автокредиту составит 739 200 тыс. руб.
- средняя ставка по автокредитам в ООО «ХКФ Банк» равна 14%.

Получаем следующий результат:  $739200 \text{ тыс. руб.} \times 14\% = 103488 \text{ тыс. руб.}$

Рассчитаем примерные затраты Банка на предоставление кредита и мероприятия:

- расходы на мероприятия составили 761,36 тыс. руб.
- средства на выдачу кредитов у ЦБ РФ по ставке 7,75%, таким образом,

затраты на заемный капитал примерно составят:

$$739200 \text{ тыс. руб.} \times 8,25\% = 60984 \text{ тыс. руб.}$$

Общие затраты составят:  $761,36 \text{ тыс. руб.} + 60984 \text{ тыс. руб.} = 60984761,36 \text{ тыс. руб.}$

Доход от мероприятия составит:  $103488 \text{ тыс. руб.} - 60984761,36 = 42503238,64 \text{ тыс. руб.}$

Эффективность предложенного мероприятия составит:  $42503238,64 \text{ тыс. руб.} / 60984761,36 \text{ тыс. руб.} = 69,7\%$ .

Ожидаемые результаты: мероприятия должны охватить значительную аудиторию жителей регионов, повысить уровень информированности о данном продукте, увеличить спрос на продукт.

Одним из критериев эффективности проведенных мероприятий будет повышение информированности граждан, увеличение количества кредитов, выданных на покупку автомобилей в средняя ставка по автокредитам в ООО «ХКФ Банк». Предполагаемый экономический эффект от предложенных мероприятий представлен в таблице 12.

Таблица 12 - Предполагаемый экономический эффект от мероприятий для одного филиала ООО «ХКФ Банк»

Проблема	Пути решения	Доход	Расход	Экономический эффект
Снижение доли автокредитов в общем портфеле потребительских кредитов Банка	Разработка программы продвижения автокредитования	60984761,36 тыс. руб.	42503238,64 тыс. руб.	69,7%

Итак, предложенный автором проект продвижения автокредитования для среднего ставка по автокредитам в ООО «ХКФ Банк» высокорентабельный (практически 70%) и может принести значительную прибыль Банку в размере 42 503 238,64 тыс. руб.



## Заключение

На основе проведенного исследования, посвященного анализу современной системы потребительского кредитования как в целом по России, так и в разрезе отдельно взятой банковской организации, был сделан ряд основных выводов.

Потребительский кредит является формой экономических отношений между банком и заемщиком-физическим лицом, которая предусматривает предоставление населению аккумулированных в банке временно свободных денежных средств на условиях возвратности, срочности, платности и обеспечения.

Потребительское кредитование – взаимосвязанный комплекс организационно-функциональных, документальных, юридических и экономических процедур, составляющих единый механизм взаимодействия кредитной организации с физическим лицом по поводу предоставления потребительских кредитов.

Характерной чертой потребительского кредитования являются относительно небольшие размеры ссуд в сочетании с большим объемом работы по их оформлению и оценке кредитоспособности клиентов.

Потребительское кредитование является важным элементом социально-экономического развития страны, что проявляется в:

- повышении уровня жизни населения;
- развитии банковской сферы путем повышения конкуренции на рынке предоставления кредитных услуг населению;
- создании условий для роста ВВП страны.

Что касается исследования практики потребительского кредитования в коммерческом банке ООО «ХКФ Банк», то проведенное исследование показало, что текущая кредитная политика данной кредитной организации нуждается в дальнейшем совершенствовании как с точки зрения выбора круга объектов кредитования и дифференциации условий выдачи кредитов, так и с

точки зрения организационно-экономического механизма мониторинга и аудита кредитной деятельности.

Для совершенствования системы потребительского кредитования и снижения доли проблемных кредитов в портфеле потребительских ссуд ООО «ХКФ Банк», необходима реализация ряда мер, в частности, таких как:

- разработка программ кредитования населения с учетом текущих рыночных тенденций.

- разработка и внедрение новых методов оценки кредитоспособности заемщика. В частности, создание надежных моделей классификации заемщиков, которые должны иметь свойства адаптации к состоянию конкретного региона и категории заемщиков;

- совершенствование системы мониторинга, прогнозирования и снижения кредитного риска;

- предотвращение либо сокращение проблемной задолженности на основе индивидуализации работы с проблемными категориями заемщиков и в отношении каждого конкретного заемщика.

В рамках совершенствования формирования эффективной кредитной политики и снижения риска беззалогового кредитования для ООО «ХКФ Банк» можно предложить обратить пристальное внимание на развитие автокредитование. Ожидаемые результаты: мероприятия должны охватить значительную аудиторию, повысить уровень о данном продукте, увеличить спрос на продукт. Одним из информированности критериев эффективности мероприятий будет повышение информированности граждан, увеличение количества автокредитов, выданных в ООО «ХКФ Банк». Предложенный и экономически рассчитанный автором проект продвижения автокредитования для ООО «ХКФ Банк» высокорентабельный и может принести значительную прибыль.

## Список используемой литературы

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017) - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
- 2 О потребительском кредите (займе): Федеральный закон РФ от 21. 12. 2013 г. №353-ФЗ. - Доступ из справочно- правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
- 3 О кредитных историях: Федеральный закон РФ от 30.12. 2004 г. N 28-ФЗ. - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
- 4 Банковское дело: розничный бизнес: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. Г.Н. Белоглазовой и Л.П. Кроливецкой. — М.: КНОРУС, 2016. — 414 с.
- 5 Белоглазов, Г.Н. Деньги. Кредит. Банки: Учебник. / Под ред. Г.Н.Белоглазовой. – М.: Высшее образование,2014. – 392с.
- 6 Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева [и др.] ; под ред. О.И. Лаврушина. — 12-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2016. — 800 с.
- 7 Белотелова, Н. П. Деньги. Кредит. Банки: учебник / Н. П. Белотелова, Ж. С. Белотелова. 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. 400 с.
- 8 Банкова К. В. Оценка платежеспособности физического лица заемщика коммерческого банка // Региональное развитие. – 2014. - № 3-4.
- 9 Бондарь А.П., Кондрашихин И.А. Основные пути повышения прибыли и рентабельности региональных банков на примере АО «Севостопольский морской банк» // ScienceTime – 2016. – № 2 (26). – с. 70-75.
- 10 Боровкова Е. Залог недвижимости как инструмент снижения риска кредитного портфеля / Е. Боровкова // Банковское кредитование. – 2017. - № 6. – С. 12 – 18.

- 11 Волков А.А. Управление рисками в коммерческом банке. – М.: Омега-Л, 2014. – 160 с.
- 12 Волков А.А. Белотелова, Н. П. Деньги. Кредит. Банки: учебник / Н. П. Белотелова, Ж. С. Белотелова. 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. 400 с.
- 13 Гаврилова, А.Т. Банковские операции: Права клиентов и вкладчиков. Законодательные и нормативные акты / Под ред. А.Т. Гаврилова. – М.: АСА, 2014. – 126 с.
- 14 Даниленко С.А., Комиссарова М.В. Банковское потребительское кредитование [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / СПС Консультант Плюс; М.В. Комиссарова, С.А. Даниленко — Юстицинформ, 2017. (дата обращения 10.12.2017).
- 15 Дивина Л.Э. Проблемы потребительского кредитования в России/ Л.Э Дивина //Вестник научных конференций Москва, 2015, №2-1 (2). — С. 41-43
- 16 Деньги, кредит, банки: учебник / коллектив авторов; под ред. О.И. Лаврушина. – 13-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2014. 448 с.
- 17 Жуков, Е.Ф. Банки и банковские операции: учебник / под ред. проф. Е.Ф. Жукова, М.: ЮНИТИ, 2013. –371с.
- 18 Коробова Г.Г. Деньги, кредит, банки : учебник / коллектив авторов ; под ред. О.И. Лаврушина. — 12-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2014. — 448 с
- 19 Коробова Г.Г. Банковское дело/Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, Инфра-М, 2015. - 592 с.
- 20 Ковалев, М. Современные тенденции в развитии банковского дела /М. Ковалев // Вест. Ассоц. бел.банков. 2015.№12.С.26-35.
- 21 Калистратов Н.В. Зарубежный опыт работы с проблемными кредитами // Банковское дело. 2014 г., 234 с.
- 22 Лаврушин О.И. Л13 Эволюция теории кредита и его использование в современной экономике: монография / О.И. Лаврушин. — М. : КНОРУС, 2016. — 394 с.

- 23 Милевская Л.П. Самые потребительские банки // Финансы № 4.2014 г., с. 30-33.
- 24 Микрюков В.А., Микрюкова Г.А. Новое в гражданско-правовом регулировании потребительского кредитования// Адвокат. 2014. № 3. С 5- 13
- 25 Николаева, Т.П. Деньги, кредит, банки: Учебно - практическое пособие / Т.П. Николаева. М.: МЭСИ, 2014. 292 с.
- 26 Набоков В.И., Некрасов К.В. Управление инновационной деятельностью организаций АПК в современных условиях // Агропродовольственная политика России. 2017. № 1 (61). С. 30–32.
- 27 Савинов, О.Г. О многообразии форм кредита физическим лицам / О.Г. Савинов // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. — Самара, 2017. — № 6 (92). — С. 91-95.
- 28 Чурочкина О.А. О правовом регулировании потребительского кредитования в РФ//Хозяйство и право 2017. № 8. С. 71-75.
- 29 Эзрох Ю.С. потребительское кредитование: и опыт России и // Финансы кредит. 2013. 23. С. 23-29
- 30 Кредитный как инструмент кредитоспособности заемщиков ресурс]// Научная библиотека «Киберленинка»: [2017]. URL: <http://cyberleninka.ru>
- 31 Виды потребительского кредита НЭБ Elibrary.ru. - URL: <http://elibrary.ru/download/78566720.pdf> (дата обращения 21.12.2017).
- 32 Обзор банковского сектора Российской Федерации (интернет- версия) № 172 за февраль 2018 года [Электронный ресурс] Режим точки доступа: [http://www.cbr.ru/analytics/bank\\_system/obs\\_1702.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_1702.pdf)
- 33 Официальный сайт ПАО Сбербанк // Акционерам и инвесторам // Показатели финансовой отчетности // Финансовая отчетность РСБУ //О результатах деятельности в 2017 году [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/ras>
- 34 Рейтинги банков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mir-procentov.ru/banks/ratings/> . – 16.04.2017.



35 Государственный реестр бюро кредитных историй [Электронный ресурс] // Служба Банка России по финансовым рынкам. URL: [http://www.cbr.ru.contributors/credit\\_bureau/list/index.html](http://www.cbr.ru.contributors/credit_bureau/list/index.html) (дата обращения: 17.08.2017).

36 Рейтинг российских автокредитных банков по итогам первого полугодия 2014 года [Электронный ресурс] // Banki.ru. URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=7303396> (дата обращения: 17.03.2018).

37 О состоянии рынка ипотечного жилищного кредитования в 2017 году [Электронный ресурс] // Центральный банк Российской Федерации. URL: [https://www.cbr.ru/statistics/ipoteka/am\\_2017.pdf](https://www.cbr.ru/statistics/ipoteka/am_2017.pdf) (дата обращения: 17.04.2018)

38 Эксперты: проблемные долги россиян по автокредитам в 2017 г. превысят 50 млрд. руб. [Электронный ресурс] // ИТАР-ТАСС. URL: <http://tass.ru/ekonomika/1004700> (дата обращения: 17.08.2017).

39 Долги россиян по автокредитам в 2017 г. могут достигнуть 50 млрд. руб. [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Национальные интересы». <http://niros.ru/ekonomika/85335-dolgi-rossiyan-po-avtokreditam-v-2017-godu-mogutdostignut-50-mlrd-rublej.html> (дата обращения: 18.08.2017).

40 Развитие рынка ипотечного жилищного кредитования и деятельность ОАО «АИЖК» [Электронный ресурс] // Агентство ипотечного жилищного кредитования. URL: <https://xn--d1aqf.xn--p1ai/wp-content/uploads/2017> (дата обращения: 15.03.2018)

## ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ

(публикуемая форма)

за 2016 г.

Кредитной организации Общество с ограниченной ответственностью «Хоум Кредит энд Финанс Банк (ООО «ХКФ Банк»)

Почтовый адрес 125040, Москва, ул. Правды, дом 8 кор. 1

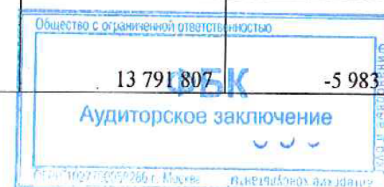
Код формы по ОКУД 0409807

Квартальная (Годовая)

ф.0409807 Раздел 1. О прибылях и убытках

тыс. руб.

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетный период	Данные за соответствующий период прошлого года
1	Процентные доходы, всего, в том числе:	21	46 584 445	60 526 094
1.1	от размещения средств в кредитных организациях	21	1 077 177	2 032 922
1.2	от ссуд, предоставленных клиентам, не являющимся кредитными организациями	21	43 559 434	55 929 908
1.3	от оказания услуг по финансовой аренде (лизингу)	21	0	0
1.4	от вложений в ценные бумаги	21	1 947 834	2 563 264
2	Процентные расходы, всего, в том числе:	21	16 953 070	29 283 711
2.1	по привлеченным средствам кредитных организаций	21	220 551	706 066
2.2	по привлеченным средствам клиентов, не являющихся кредитными организациями	21	16 690 009	28 144 635
2.3	по выпущенным долговым обязательствам	21	42 510	433 010
3	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа)	21	29 631 375	31 242 383
4	Изменение резерва на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности, средствам, размещенным на к/счетах, а также начисленным процентным доходам, всего, в том числе:	22	-15 839 568	-37 225 535
4.1	изменение резерва на возможные потери по начисленным процентным доходам		-195 908	529 973
5	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери		13 791 807	-5 983 152



Продолжение приложения 1

6	Чистые доходы от операций с финансовыми активами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток	23	-638 869	2 665 809
7	Чистые доходы от операций с финансовыми обязательствами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		0	0
8	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи	24	130 848	1 084 329
9	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, удерживаемыми до погашения		0	0
10	10. Чистые доходы от операций с иностранной валютой	25	-1 136 164	41 596
11	Чистые доходы от переоценки иностранной валюты		660 183	-2 462 197
12	Чистые доходы от операций с драгоценными металлами		0	0
13	Доходы от участия в капитале других юридических лиц	26	2 672 685	2 031 756
14	Комиссионные доходы	27	10 518 501	3 959 908
15	Комиссионные расходы	28	1 632 845	592 322
16	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, имеющимся в наличии для продажи		1	3 552
17	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, удерживаемым до погашения		0	0
18	Изменение резерва по прочим потерям	29	-1 675 009	115 059
19	Прочие операционные доходы	30	2 149 333	13 144 269
20	Чистые доходы (расходы)		24 840 471	14 008 607
21	Операционные расходы	31	17 253 901	26 059 381
22	Прибыль (убыток) до налогообложения		7 586 570	-12 050 774
23	Возмещение (расход) по налогам	32	1 849 202	-1 870 180
24	Прибыль (убыток) от продолжающейся деятельности		5 806 034	-10 180 594
25	Прибыль (убыток) от прекращенной деятельности		-68 666	0
26	Прибыль (убыток) за отчетный период		5 737 368	-10 180 594



# Продолжение приложения 1

ф.0409807 Раздел 2. О совокупном доходе

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетную дату	Данные за соответствующий период прошлого года
1	Прибыль (убыток) за отчетный период		5 737 368	-10 180 594
2	Прочий совокупный доход (убыток)			
3	Статьи, которые не переклассифицируются в прибыль или убыток, всего, в том числе:		14 904	70 449
3.1	изменение фонда переоценки основных средств		14 904	70 449
3.2	изменение фонда переоценки обязательств (требований) по пенсионному обеспечению работников по программам с установленными выплатами		0	0
4	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые не могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток		3 379	0
5	Прочий совокупный доход (убыток), который не может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль		11 525	70 449
6	Статьи, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток, всего, в том числе:		364 606	629 565
6.1	изменение фонда переоценки финансовых активов, имеющихся в наличии для продажи		364 606	629 565
6.2	изменение фонда хеджирования денежных потоков		0	0
7	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток		72 921	0
8	Прочий совокупный доход (убыток), который может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль		291 685	629 565
9	Прочий совокупный доход (убыток), за вычетом налога на прибыль		303 210	700 014
10	Финансовый результат за отчетный период		6 040 578	-9 480 580

И. о. Председателя Правления

Главный бухгалтер

М.П.



Мосолов Д. В.

Егорова О.В.

24 марта 2017 г.

Пояснительная информация к годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2017 год. ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

банковская отчетность

Код территории по ОКАТО	Код кредитной организации (филиала)			
	по ОКПО	основной государственный регистрационный номер	регистрационный номер (/порядковый номер)	БИК
45277	09807804	1027700280937	316	044525245

**ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ**  
(публикуемая форма)  
за 2017 г.

Кредитной организации: Общество с ограниченной ответственностью «Хоум Кредит энд Финанс Банк (ООО «ХКФ Банк»)

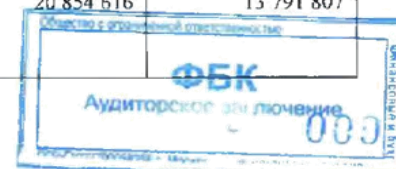
Почтовый адрес 125040, Москва, ул. Правды, дом 8, кор. 1

Код формы по ОКУД 0409807  
Квартальная (Годовая)

ф.0409807 Раздел 1. О прибылях и убытках

тыс. руб.

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетный период	Данные за соответствующий период прошлого года
			44 518 803	46 584 445
1	Процентные доходы, всего, в том числе:	21		
		21	605 199	1 077 177
1.1	от размещения средств в кредитных организациях	21	41 715 550	43 559 434
	от ссуд, предоставленных клиентам, не являющимся кредитными организациями	21	0	0
1.2		21		
1.3	от оказания услуг по финансовой аренде (лизингу)	21	2 198 054	1 947 834
1.4	от вложений в ценные бумаги	21	14 980 285	16 953 070
2	Процентные расходы, всего, в том числе:	21		
		21	149 441	220 551
2.1	по привлеченным средствам кредитных организаций	21	14 830 844	16 690 009
	по привлеченным средствам клиентов, не являющихся кредитными организациями	21	0	42 510
2.2		21		
2.3	по выпущенным долговым обязательствам	21	29 538 518	29 631 375
3	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа)	21	29 538 518	29 631 375
	Изменение резерва на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности, средствам, размещенным на в/счетах, а также начисленным процентным доходам, всего, в том числе:	22	-8 683 902	-15 839 568
4				
			120 098	-195 908
4.1	изменение резерва на возможные потери по начисленным процентным доходам			
			20 854 616	13 791 807
5	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери			



## Продолжение приложения 2

*Пояснительная информация к годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2017 год ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»*

		23	-1 551	-638 869
6	Чистые доходы от операций с финансовыми активами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		0	0
7	Чистые доходы от операций с финансовыми обязательствами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток	234	84 013	130 848
8	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи		0	0
9	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, удерживаемыми до погашения		0	0
10	10. Чистые доходы от операций с иностранной валютой	25	-10 283	-1 136 164
11	Чистые доходы от переоценки иностранной валюты		-42 965	660 183
12	Чистые доходы от операций с драгоценными металлами		0	0
13	Доходы от участия в капитале других юридических лиц	26	2 539 835	2 672 685
14	Комиссионные доходы	27	11 165 963	10 518 501
15	Комиссионные расходы	28	1 980 144	1 632 845
16	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, имеющимся в наличии для продажи		0	1
17	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, удерживаемым до погашения		0	0
18	Изменение резерва по прочим потерям	29	-1 523 316	-1 675 009
19	Прочие операционные доходы	30	2 073 985	2 149 333
20	Чистые доходы (расходы)		33 160 153	24 840 471
21	Операционные расходы	31	17 829 100	17 253 901
22	Прибыль (убыток) до налогообложения		15 331 053	7 586 570
23	Возмещение (расход) по налогам	32	3 703 931	1 849 202
24	Прибыль (убыток) от продолжающейся деятельности		11 627 019	5 806 034
25	Прибыль (убыток) от прекращенной деятельности		103	-68 666
26	Прибыль (убыток) за отчетный период		11 627 122	5 737 368



## Продолжение приложения 2

*Пояснительная информация к годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2017 год. ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»*

ф.0409807 Раздел 2. О совокупном доходе

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетную дату	Данные за соответствующий период прошлого года
1	Прибыль (убыток) за отчетный период		11 627 122	5 737 368
2	Прочий совокупный доход (убыток)			
			-14 904	14 904
3	Статьи, которые не переклассифицируются в прибыль или убыток, всего, в том числе:			
			-14 904	14 904
3.1	изменение фонда переоценки основных средств		0	0
3.2	изменение фонда переоценки обязательств (требований) по пенсионному обеспечению работников по программам с установленными выплатами			
			-6 596	3 379
4	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые не могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток			
			-8 308	11 525
5	Прочий совокупный доход (убыток), который не может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль			
			-20 919	364 606
6	Статьи, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток, всего, в том числе:			
			-20 919	364 606
6.1	изменение фонда переоценки финансовых активов, имеющих в наличии для продажи		0	0
6.2	изменение фонда хеджирования денежных потоков			
			-4 184	72 921
7	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток			
			-16 735	291 685
	Прочий совокупный доход (убыток), который может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль			
			-25 043	303 210
9	Прочий совокупный доход (убыток), за вычетом налога на прибыль			
10	Финансовый результат за отчетный период		11 602 079	6 040 578

Стоимость инструментов продвижения автокредита для ООО «ХКФ Банк» на примере филиала



Адресов Ю. Н.

Егорова О.В.

28 февраля 2018 г.



Стоимость инструментов продвижения автокредита для ООО «ХКФ Банк» в регионах

Инструменты	Затраты на использование инструмента продвижения
1	2
1. Телевизионная реклама	«ОТВ» (май –июнь). Рекламный ролик (20 сек.), выход понедельник-пятница с 18.00 до 20.00, а так же с 0.00 до 21.00 в субботу и воскресенье. Стоимость 1 сек. – 40 руб. (коэффициент 1,3 – съемки после 18.00 ч. В выходные, праздничные дни) изготовление ролика 3100 руб.
	190300,00 руб.
2. Объявление в газете	«Автомобильные вести», размер -126-99, цена-4375,00 руб. Июнь-сентябрь (1 раз в неделю 4 месяца), размещение на информационной полосе
	70000,00 руб.
3. Радиореклама	Радиостанция «Русское радио» и «Авторадио», ролик 15 сек. Срок размещение -3 мес., выход -10 раз в день, изготовление ролика -600 руб. «Русское радио» 1 сек. 12,6 руб. Сезонный коэффициент за июль 1,2. Стоимость -181440,00 руб. «Авторадио» 1 сек. -10,8 руб. Сезонный коэффициент за июль 1.2. Стоимость -155520,00 руб.
	337560,00 руб.
4. Наружная реклама	Май, июнь, июль – Малышева 13, (30000 руб.) август сентябрь – перекресток Ленина и Московской (26000 руб.); октябрь –декабрь перемещение сообщения каждый месяц в разные районы города (47500 руб.). Цены и варианты размещения рассчитаны на условиях размещения рекламы, предлагаемых компанией «Дизайн Классик»
	103500 руб.
5. Прочная реклама (ОКР и промоутеры)	60000 руб.
Итого	Общая сумма затрат на продвижение и ознакомление с продуктом составляет 761360,00 руб.