

УДК 336.77.01

АНАЛИЗ СТРУКТУРНОЙ ДИНАМИКИ АКТИВОВ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВ БАНКА, РЕАЛИЗУЮЩЕГО ПРОГРАММЫ ТОВАРНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Манахов В. В.

*Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С. П. Королёва,
Самара, Российская Федерация
e-mail: druzinrv@gmail.com*

В статье рассмотрена роль товарного кредитования в современной экономике. Проведен анализ динамики активов и пассивов конкретного банка, рассмотрены особенности реализации программ товарного кредитования. Выявлено влияние программ товарного кредитования на деятельность коммерческого банка и проблемы кредитования коммерческого банка в целом.

Ключевые слова: товарное кредитование, коммерческий банк, кредитные операции, ритейлер.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях на фоне постоянного отзыва Центральным банком РФ лицензий у коммерческих банков все большую актуальность приобретает своевременный и постоянный анализ структурной динамика активов и обязательств коммерческих банков. Особенно это характерно для банков, работающих с торговыми сетями и реализующих программы товарного кредитования, что определяет актуальность выбранной темы.

Целью данного исследования является определение особенностей структурной динамики активов и обязательств банка, реализующего программы товарного кредитования.

Объектом данного исследования является реализация программ товарного кредитования коммерческим банком.

Предметом исследования выступают последствия реализации программ товарного кредитования коммерческим банком

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Анализ интенсивности и эффективности реализации программ товарного кредитования рассмотрим на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», российского коммерческого банка, одного из лидеров российского рынка потребительского кредитования, действующего на рынке с 2002 года. Банк обслуживает в 2014 г. около 5 млн клиентов в России и Казахстане через 1 291 банковский офис, 8 927 микроофисов, а также более 91 000 офисов продаж и 1 436 банкоматов. На 31 декабря 2014 года размер клиентской базы банка составлял 29,2 млн человек; организация охватывает семь филиалов, 38 кредитно-кассовых, 254 дополнительных и 971 операционных офисов в различных регионах Российской Федерации. Численность сотрудников превышает 33 тыс. человек.

Рассмотрим основные вехи развития банка. В 2003 году банк заключил договор о партнёрстве с оператором розничной торговли бытовой техникой (торговая сеть «Эльдорадо»), что послужило началом развития программ товарного кредитования.

В 2004 году банк выпустил первую кредитную карту, вступил в MasterCard, заключил контракт с «Почтой России», разместил точки продаж во всех федеральных округах, вошел в число лидеров на российском рынке товарных кредитов.

В последующие годы Хоум Кредит Банк продолжил свое активное развитие. В 2005 году банк открыл первый кредитно-кассовый офис и развернул программу кредитования на неотложные нужды. В 2006 году банк сконцентрировался на совершенствовании системы андеррайтинга и противодействия мошенничеству, а также открыл программы ипотечного кредитования. В 2007 году банк вышел в лидеры на рынке кредитных карт, один из первых на рынке провёл акцию «0-0-24». Банк перешел от модели банка-монолайнера к универсальному розничному банку: развернута программа автокредитования, началось привлечение вкладов физических лиц и выпуск дебетовых карт. В 2008 году банк оптимизировал стратегию, гибко отреагировав на кризис: банк сосредоточился на кредитах на неотложные нужды и кредитах в точках продаж, свернув ипотеку и автокредитование. В 2009 году банк вышел на рынок зарплатных проектов, развивает сеть банкоматов, предлагает клиентам услуги SMS-уведомлений и Интернет-банкинг.

В 2010 году банк добивается максимальной прибыли по МСФО за все время существования – 9,4 млрд руб.; возобновляется программа автокредитования и развивается активная региональная экспансия. В 2011 году банк продолжает развитие каналов продаж, расширяя своё присутствие в регионах, привлекая для продажи своих продуктов агентов и брокеров. В результате по итогам года объёмы выдаваемых кредитов на неотложные нужды превысили объёмы товарных кредитов. В 2012 году банк объявил о переходе к стратегии работы в качестве финансового магазина, занял третье место на рынке кредитования физических лиц после Сбербанка и ВТБ24, а также вошел в десятку крупнейших банков по объёму портфеля депозитов физических лиц.

Основным видом деятельности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» является предоставление конкурентоспособных продуктов и финансовых услуг в сегменте банковской розницы, а именно на рынках кредитных услуг [1, с. 78]. Оценим долю кредитных продуктов в активах банка на основе данных о структуре активов за 2002–2013 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Доля кредитных продуктов в активах банка, %

Активы	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Кредитный портфель	28	66	76	75	81	87	73	70	80	78	76	92
Кредит физическим лицам	9	66	76	74	81	87	72	70	80	78	76	92
Товарный кредит	9	66	76	67	51	44	29	30	43	29	19	21
Кредит на неотложные нужды	0	0	0	0	4	11	12	11	18	36	49	58
Автокредитование	0	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0
Ипотечное кредитование	0	0	0	0	0	5	8	8	7	3	1	1
Банковские карты	0	0	0	7	26	26	21	19	11	10	7	12
Кредит корпоративным клиентам	19	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0

Как видно из данных, представленных в таблице 1, уже после первого года функционирования на кредитный портфель приходится более 65 % активов банка. При этом товарное кредитование занимает лидирующие позиции в структуре активов вплоть до 2010 года. С 2006 года банк активно продвигается на новый рынок – рынок кредитных карт и более четверти объема активов приходится на данный вид кредитования. В 2010 году банк изменяет свою стратегию, стремясь расширить свое присутствие абсолютно во всех сферах коммерческой банковской деятельности. И уже с 2011 года большая доля активов приходится на наличное кредитование, а в 2012 и 2013 годах уже половина активов приходится именно на данный сегмент. Стоит отметить, что в 2013 году доля кредитного портфеля выросла в основном за счет данного вида кредитования и составила 92 % от совокупного объема активов банка.

Депозиты – это главный вид привлекаемых коммерческими банками ресурсов [2, с. 54]. Именно они раскрывают содержание деятельности коммерческого банка как посредника в приобретении ресурсов на свободном рынке кредитных ресурсов [3, с. 167]. Оценим долю депозитных продуктов в обязательствах банка на основе данных о структуре обязательств и собственных средств за исследуемые периоды.

Таблица 2

Доля депозитных продуктов в обязательствах банка, %

Обязательства и собственные средства	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Депозитный портфель	40	84	82	21	40	34	31	32	31	54	67	65
Депозиты физических лиц:												
текущие счета и депозиты до востребования	29	2	7	8	7	6	5	5	7	7	6	6
срочные депозиты	11	0	0	0	18	4	4	9	16	39	46	56
Депозиты других финансовых институтов	0	82	74	13	15	24	22	18	7	9	15	4

Согласно таблице 2, в первые годы развития банка большая часть обязательств приходилась на депозиты корпоративных лиц. С 2005 года их доля в составе пассивов банка резко сократилась и с этого периода доля совокупного депозитного портфеля не превышала 40 % в общей структуре обязательств. В рамках стратегии диверсификации базы фондирования и наращивания доли вкладов в 2010 году банк предложил привлекательные процентные ставки и провел широкую рекламную кампанию. В результате, по итогам 2011 года банк стал абсолютным лидером рынка по относительному приросту вкладов физических лиц - 260 %. В 2011 году депозиты стали главным источником финансирования деятельности банка. В 2012 и 2013 годах эта тенденция продолжилась. Объем депозитов и текущих счетов на 01 января 2014 года достиг 65,0 % от совокупного объема обязательств банка. Стоит отметить низкую долю средств «до востребования»; такие пассивы определяют наличие в банке значительных объемов неработающих, мгновенно ликвидных активов, что снижает доходность банковских операций. Большая же часть приходится на срочные вклады физических лиц, позволяющие банку трансформировать их в долгосрочные кредиты, тем самым обеспечив себе высокую доходность от коммерческой деятельности.

Проанализируем динамику основных экономических показателей ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банка» за 2002 – 2013 гг. (рис. 1).

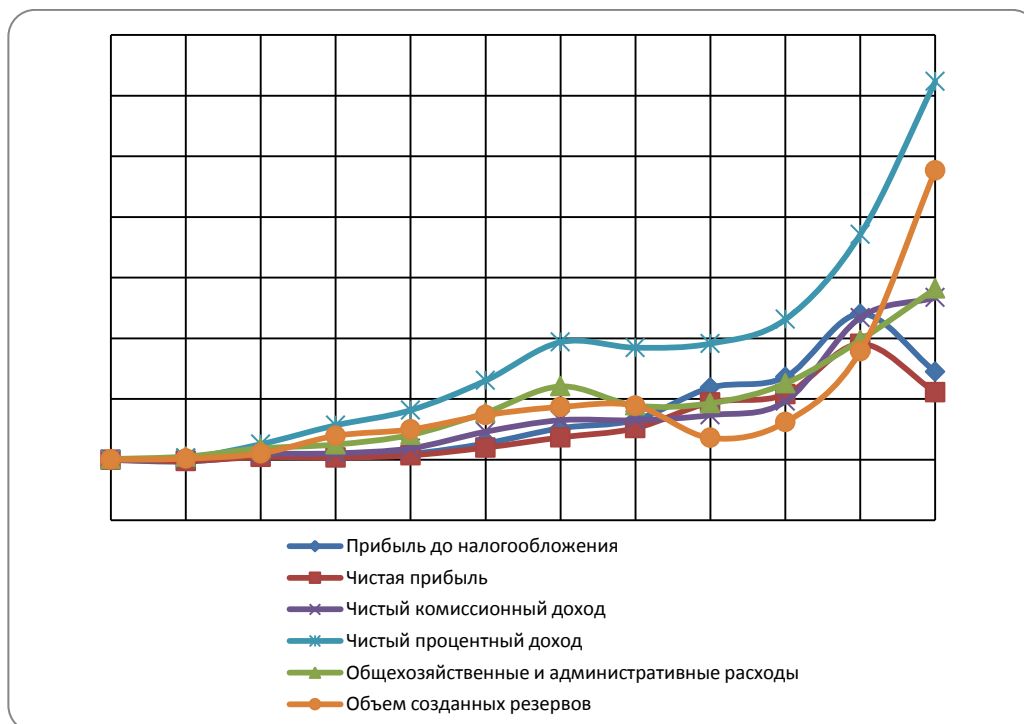


Рис. 1. Динамика основных финансовых показателей банка за 2002–2013 гг., млн руб.

Анализ рис. 1 показывает, что основной статьей дохода банка являются процентные доходы. Комиссионные доходы приносят меньший доход банку, но при этом они являются менее рискованными. При этом можно отметить в целом идентичные темпы роста на протяжении всей деятельности банка, которые напрямую зависят от объемов предоставляемых банковских продуктов населению. Так, например, в 2012 году резкое увеличение кредитного и депозитного портфеля обусловило высокий рост процентных и комиссионных доходов банка. В первые три года функционирования банка темп роста прибыли был значительно ниже темпов роста процентного и комиссионного доходов, что вполне можно объяснить развивающимся характером организации. Начиная с 2006 года темп роста прибыли превышает темп роста процентного и комиссионного дохода за счет сниженных темпов роста операционных расходов. С 2011 года наблюдается обратная динамика: темп роста операционных расходов начинает расти и темп роста прибыли становится ниже темпа роста доходов от основной деятельности банка. Особенно это проявляется в 2013 году, когда темп роста операционных расходов по статьям настолько превысил операционные доходы, что прибыль демонстрировала замедляющийся темп роста. Такой спад объясняется большим созданным фондом резервирования из-за высокого уровня просроченной задолженности в 2012 году. Показатель чистой прибыли в целом следует динамике показателя прибыли (до налогообложения).

Определим и проанализируем следующие показатели эффективности деятельности банка [4, с. 93–95]. Коэффициент рентабельности активов рассчитывается по формуле:

$$ROA = \frac{NI}{A}, \quad (1)$$

где ROA – коэффициент рентабельности активов; NI – чистая прибыль, млн руб.; A – активы банка, млн руб. Коэффициент показывает прибыльность операций банка, а именно, величину чистой прибыли после уплаты налогов, полученной на каждый рубль актива. Высокое значение показателя указывает на эффективное использование активов банка, но в то же время может отражать высокую рискованность операций.

Коэффициент рентабельности капитала рассчитывается по следующей формуле:

$$ROE = \frac{NI}{E}, \quad (2)$$

где ROE – коэффициент рентабельности капитала; E – собственные средства банка, млн руб. Данный показатель демонстрирует акционерам отдачу капитала, а именно, величину чистой прибыли после уплаты налогов, полученной на каждый рубль акционерного капитала.

Удельный вес уставного капитала и собственных средств в общей сумме собственных привлеченных и заемных средств банка рассчитываются следующим образом:

$$d_1 = \frac{ChC}{LE} * 100\% \quad (3)$$

$$d_2 = \frac{E}{LE} * 100\%, \quad (4)$$

где d_1 – доля уставного капитала в валюте баланса, %; d_2 – доля собственных средств в валюте баланса, %; ChC – уставный капитал, млн руб.; LE – обязательства и собственный капитал банка, млн руб. Увеличение удельного веса уставного капитала в структуре валюты баланса свидетельствует об укреплении статуса коммерческого банка. Удельный вес собственного капитала по своему содержанию является неким ограничителем деятельности банка в части привлечения [5, с. 45–48].

Таблица 3

Основные показатели эффективности деятельности банка

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Рентабельность активов	-0,15	-0,03	0,02	0,01	0,02	0,02	0,03	0,05	0,09	0,07	0,06	0,03
Рентабельность капитала	-0,26	-0,21	0,15	0,04	0,09	0,12	0,18	0,19	0,31	0,33	0,41	0,20
Доля уставного капитала в валюте баланса	98 %	5 %	2 %	11 %	9 %	5 %	4 %	5 %	4 %	3 %	1 %	1 %
Доля собственных средств в валюте баланса	59 %	14 %	11 %	18 %	17 %	20 %	18 %	28 %	30 %	21 %	14 %	15 %

В первые годы функционирования банка его деятельность являлась убыточной, однако уже в 2004 году банк получил чистую прибыль и вышел на средние значения коэффициентов ROA и ROE. С 2004 по 2007 года банку не удавалось повысить прибыльность своих операций и коэффициент рентабельности активов не поднимался выше 0,02. В 2008 году, выйдя на все возможные рынки кредитования, банк повысил прибыльность своих операций и показал значительный рост коэффициента ROA. Однако такой рост был сопряжен с высокими рисками, и начиная с 2011 г. коэффициент ROA испытал падения и в 2013 году вернулся к уровню 2008 года. Напротив, коэффициент рентабельности капитала на протяжении всего функционирования банка показывал ежегодный прирост, что говорит, с одной стороны, об эффективном использовании собственных средств, и, с другой стороны, о повышении привлекательности акций банка. В 2013 году из-за положительного темпа роста собственных средств и отрицательной динамики чистой прибыли коэффициент ROE также испытал резкое падение, практически вернувшись к уровню 2008 года.

Относительно структуры пассивов баланса доля уставного капитала лишь в 2005 году превысила 10 % и с этого же периода не только не росла, но и падала с каждым годом. Это говорит о нестабильности статуса банка. При этом стоит отметить в целом соответствие доли собственного капитала в валюте баланса нормативному значению. Значимость этого показателя объясняется тем, что, по указанию Банка России, ни один коммерческий банк не может осуществлять деятельность на рынке, если его собственный капитал покрывает рискованные активы менее чем на 10 %. Указанный норматив выполнен, однако при этом данный показатель нестабилен на протяжении всего функционирования банка. Рост обусловлен увеличением объема собственного капитала более высокими темпами, чем валюты баланса, данное обстоятельство свидетельствует о повышении надежности банка. При снижении доли собственного капитала вне зависимости от

причины выявленное обстоятельство деятельности банка является отрицательным, и данный вопрос требует своего решения в краткосрочном периоде.

ВЫВОДЫ

Таким образом, товарное кредитование играет весомую роль в формировании кредитного портфеля банка, стратегически ориентированного на заемщиков – физических лиц, составляя в последние годы порядка 20 % кредитного портфеля. Постепенное снижение и наметившаяся стабилизация относительной доли товарных кредитов в кредитном портфеле обусловлена происходящим переходом от механизма кредитования непосредственно заемщика, преобладающего в предшествующие десятилетия, к механизму кредитования через посредство розничных торговых сетей (ритейлеров), развитие которого затруднено недостаточно устойчивыми взаимодействиями банков с ритейлерами. Вследствие этого удельный вес кредитов на неотложные нужды в кредитном портфеле остается сравнительно высоким (50–60 %), а с учетом кредитов в безналичной форме (порядка 10 %) – преобладающим, характеризуя кредиты на приобретение товаров у тех ритейлеров, с которыми у банка отсутствует отлаженные механизмы взаимодействия.

Список литературы

1. Соколова О.В. Финансы, деньги, кредит: Учебник. М.: Юрист, 2006. 784 с.
2. Колесников В.И., Кроливецкая Л.П. Банковское дело. Учебник. 2-е изд. М.: Финансы и статистика. 2010. 155 с.
3. Кулаков А.Е. Управление активами и пассивами банка. Практическое пособие. М.: Издательская группа «БДЦ-пресс». 2009. 355 с.
4. Ефимова О.В., Мельник М.В. Анализ финансовой отчетности: учебник. М.: Омега-Л. 2009. 451 с.
5. Тихомирова Е.В. Банковский аудит. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 66 с.
6. Гераськин М.И. Модели оптимизации управления неиерархическими системами корпораций при межкорпоративных взаимодействиях // Проблемы управления. 2010. № 5. С. 28–38.
7. Гераськин М.И. Модели дискретной многокритериальной оптимизации в иерархических системах корпораций // Вестник СГАУ. 2012. № 6 (37). С. 82–92.

Статья поступила в редакцию 09.11.2015