

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра менеджмента

К защите допускаю

Зав. кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_ В.А.Шапошников

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ  
КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ БАНКА**

Исполнитель:

студент группы ФМ-412п

\_\_\_\_\_

подпись

К.В. Лескова

Руководитель:

(канд. эконом. наук,  
доцент кафедры  
менеджмента)

\_\_\_\_\_

подпись

Л.А.Скороходова

Нормоконтролер:

ст. преподаватель

\_\_\_\_\_

подпись

И.В.Климентьева

Екатеринбург 2017

## **Аннотация**

Выпускная квалификационная работа выполнена на 66 страниц, содержит 6 рисунков, 12 таблиц, 34 используемых источника литературы, а так же 1 приложения на 1 странице.

Ключевые слова: БАНКОВСКАЯ ПОЛИТИКА, КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА, КРЕДИТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ,

Актуальность выбранной темы обосновывается тем, что в современной экономике роль кредита приобретает особую остроту. Кредит представляет собой опору современной экономики. Кредит используют как физические, так и юридические лица.

Целью работы является поиск путей совершенствования формирования кредитной политики банка.

В числе задач, позволяющих реализовать определенную цель выделяются следующие:

- изучить теоретические аспекты формирования кредитной политики в коммерческом банке;
- исследовать формирования кредитной политики на примере КБ «Ренессанс Кредит»;
- сформулировать рекомендации по совершенствованию кредитной политики в коммерческих банках.

Предметом исследования выступает процесс формирования кредитной политики в кредитной организации.

Объектом исследования является КБ ««Ренессанс Кредит»».

Построение эффективной кредитной политики является одним из важнейших направлений деятельности банков, так как на кредитование приходится около половины активных операций банка. Кредитная политика в первую очередь должна быть направлена на достижение роста активов банка и повышение их качества.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ .....	6
1.1 Сущность кредитной политики банка .....	6
1.2 Основные этапы кредитной сделки.....	11
1.3 Управление кредитным риском в современной .....	17
банковской практике .....	17
2. АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КБ «РЕНЕССАНС КРЕДИТ» .....	27
2.1 Общая характеристика КБ «Ренессанс Кредит» .....	27
2.2 Анализ кредитного портфеля КБ «Ренессанс Кредит».....	30
2.3 Формирования финансовых результатов при осуществлении .....	34
кредитной политики .....	34
3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КБ «РЕНЕССАНС КРЕДИТ» .....	42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	61

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы обосновывается тем, что в современной экономике роль кредита приобретает особую остроту. Кредит представляет собой опору современной экономики. Кредит используют как физические, так и юридические лица. Благодаря кредиту сокращается время на удовлетворение хозяйственных и личных потребностей. Кредитная организация, владея свободными денежными средствами, получает возможность за счет их дополнительного оборота получить дополнительную прибыль.

Финансовый кризис, возникший на Западе и нашедший благоприятную почву в Российской Федерации, негативно проявил себя, прежде всего в сфере кредитных отношений и, как следствие, вызвал дискуссию об эффективности кредитной политики банков. Снижение объемов кредитования в посткризисный период в стране неизбежно снизило деловую активность товаропроизводителей, привело к падению темпов роста экономики.

Это порождает необходимость исследования вопросов формирования более эффективной кредитной политики в сложной экономической ситуации в стране, становления новых подходов и механизмов формирования кредитной политики коммерческих банков.

Характеризуя степень научной разработанности проблематики совершенствования кредитной политики банка, следует учесть, что данная тема уже анализировалась у различных авторов в различных изданиях: учебниках, монографиях, периодических изданиях и в интернете. Тем не менее, при изучении литературы и источников отмечается недостаточное количество полных и явных исследований тематики путей совершенствования кредитной политики банка.

Целью работы является поиск путей совершенствования формирования кредитной политики банка.

В числе задач, позволяющих реализовать определенную цель выделяются следующие:

- изучить теоретические аспекты формирования кредитной политики в коммерческом банке;
- исследовать формирования кредитной политики на примере КБ «Ренессанс Кредит»;
- сформулировать рекомендации по совершенствованию кредитной политики в коммерческих банках.

Предметом исследования выступает процесс формирования кредитной политики в кредитной организации.

Объектом исследования является КБ ««Ренессанс Кредит»».

Методологической основой для написания дипломной работы послужили труды видных отечественных авторов, специализирующихся в области денежного обращения, кредитов и банков, таких как: Г.Н.Белоглазова Е.Ф. Жуков, Г.Г. Коробова, О.И. Лаврушин, Ю.П.Савинский, Р.Г. Ольхова, И.Д. Мамонова, Г.И.Кравцова, Т.М.Костерина, Н.Н. Новосельцева и др.

Информационной базой послужили: законодательные и нормативные акты РФ, учебная литература, статистические сборники, периодические издания, справочно-информационные системы, данные сети Интернет.

Поставленные для достижения цели задачи, явились обоснованием правомерности для формирования следующей структуры дипломной работы: введение, три главы, заключение, список использованных источников и литературы, а также приложения.

# 1. КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

## 1.1 Сущность кредитной политики банка

Банковская политика в разрезе деятельности любого коммерческого банка – это набор внутренних актов, которые не противоречат государственным законам и нормативным актам Центрального банка. Кроме того, это понятие включает в себя идеи, их оценки и способы реализации мероприятий, направленных на выполнение общей концепции развития банка. [12. С. 320].

Банковская политика – обобщающее понятие, включающее наряду с депозитной, процентной, валютной политикой, политикой управления рисками, рентабельностью банка, персоналом также и основную задачу исследования данной работы – кредитную политику. [11. С. 356].

А.И. Ачкасов в своих трудах дает следующее определение: «Кредитная политика - это стратегия и тактика банка в области кредитных операций, в части стратегии она вбирает в себя приоритеты, принципы и цели банка на кредитном рынке, а в части тактики — финансовый и иной инструментарий, используемый данным банком для реализации его целей при осуществлении кредитных сделок, правила их совершения и порядок организации кредитного процесса». [6. С. 340].

С.В. Кузнецов дает следующее определение этого понятия -кредитная политика коммерческого банка - это совокупность факторов, документов и действий, определяющих развитие коммерческого банка в области кредитования своих клиентов [19. С. 29-37].

Кредитная политика в работах Т.М. Костериной – это определение направлений деятельности банка в области кредитно-инвестиционных операций, и разработка процедур кредитования, обеспечивающих снижение рисков[15. С.360].

При осуществлении кредитования банк руководствуется законодательством РФ, нормативными документами ЦБ РФ, уставом банка и инструктивными локальными актами.

Кредитная политика необходима банкам, прежде всего потому, что позволяет рационально организовывать и регулировать взаимоотношения между банками и его клиентами по вопросам предоставления денежных средств на основе срочности, платности и возвратности.

Поэтому кредитную политику можно определить, как стратегию и тактику банка в области кредитных операций. Кредитная политика должна быть направлена на достижение роста активов и повышение их качества [28].

Кредитная политика может быть агрессивной и традиционной. В основе выбора кредитной политики лежит стратегия банка, которая может быть ориентирована на обеспечение устойчивости банка, рост капитала, увеличение доходов.

Кредитная стратегия заключается в проведении анализа по следующим основным направлениям: отбор и подготовка персонала; оценка и контроль за состоянием кредитного портфеля; ценообразование с учетом степени риска; диверсификация операций банка по секторам экономики, регионам для снижения общего кредитного риска.

Кредитная политика определяет:

- объективные стандарты и параметры, которыми должны руководствоваться банковские работники, отвечающие за оформление займов и управление ими;
- основу действий совета директоров, лиц, принимающих стратегические решения;
- возможность оценки внешними и внутренними аудиторами степени и качества управления кредитами в банке [6. С. 340].

Кредитная политика основывается на умении работников банка правильно и обоснованно выбрать: сектор экономики, на котором

целесообразно проводить кредитные операции в настоящее время; клиента исходя из его кредитоспособности и других факторов, имеющих значение для банка при решении вопроса о предоставлении кредита. Кредитная политика определяется также кредитными продуктами, которые банк предлагает в настоящее время и планирует к разработке на будущее.

Важным элементом кредитной политики является также организация контроля в банке. Контроль должен вестись за соблюдением полномочий сотрудниками банка, за правильным применением критериев при решении вопроса кредитования потенциальных заемщиков, за состоянием кредитного портфеля, в том числе особое внимание должно уделяться контролю проблемных кредитов.

Единой кредитной политики для всех коммерческих банков не существует. Каждый банк определяет свою кредитную политику исходя из политической, экономической, социальной ситуации в регионе. Также банк должен учитывать всю совокупность внутренних и внешних рисков, которые влияют на его работу.

При разработке кредитной политики необходимо анализировать множество факторов, влияющих на деятельность банка. К внешним факторам среди прочих можно отнести уровень инфляции в стране, уровень и темпы роста основных макроэкономических показателей, бюджетный дефицит, влияние центрального банка, уровень доходности населения и его способность использовать услуги банка, уровень конкуренции и как следствие уровень цен, сложившийся в данном регионе на банковские услуги.

Внутренние факторы, влияющие на кредитную политику, могут включать в себя стабильность депозитов, перечень выполняемых операций и услуг, качество кредитного портфеля, ценовую политику банка, уровень риска приемлемый для банка, уровень квалификации персонала банка и другие факторы [10. С. 396].



В настоящее время формы кредитования значительно изменились. На смену отраслевому признаку кредитования пришли в определенной степени универсальные кредиты, то есть кредитование субъекта в целом, конкретно физического или юридического лица, кредитование экономических и социальных программ и т.п.

При разработке кредитной системы коммерческий банк опирается на три базовых понятия: «субъект кредита», «обеспечение кредита» и «объект кредитования». Данные элементы кредитной системы банка не отделимы друг от друга. Успешность кредитования зависит от их дополнения друг друга, так как это увеличивает надежность сделки.

Ссудный бизнес банка включает два составных элемента – предоставление ссуд клиентам (физическим и юридическим лицам) и кредитование других коммерческих банков. Кредитование других коммерческих банков может принимать форму межбанковского кредита или срочного депозита в другом банке.

Таким образом, в качестве субъектов кредитования можно выделить: предприятия и организации (юр. лица); физические лица; другие банки.

Объекты кредитования необходимо рассматривать в непосредственной связи с субъектами кредитования. Если рассматривать кредитование юридических лиц (в том числе и частных предпринимателей), то объектами кредитования могут выступать различные виды материальных запасов (для предприятий промышленности), товары в товарообороте (для торговых предприятий), строительство и реконструкция производственных объектов и объектов непромышленного назначения, приобретение техники, оборудования, организация выпуска новой продукции.

Кредитование населения может включать кредиты на неотложные нужды, на строительство и приобретение жилья, приобретение потребительских товаров и оплаты соответствующих услуг и др.

Кредитование должно выражать интересы обеих сторон кредитной сделки. Кредитная сделка предполагает наличие элементов партнерства в отношениях банка и его клиента. Взаимный выбор партнеров основан на коммерческой основе. Клиент готов заплатить за кредит, который предоставляет для него выгоду. Банк готов продать свой продукт, получив при этом вознаграждение. Банк при этом работает на клиента. Но в то же время у банка тоже есть выбор, куда лучше вложить свои капиталы. И возможность кредитования заемщика во многом определяется степенью риска по каждой кредитной операции.

Современная кредитная политика базируется на возможности реализации залогового права, наличии различных типов гарантий и поручительств, которые обеспечивают надежность кредитной сделки и возможность возврата кредита [13. С. 448].

Кредитная политика принимается высшим руководством банка (советом директоров или правлением банка), через этот документ делегируются полномочия исполнителям – сотрудникам кредитных подразделений. Соответственно в кредитной политике банка разграничен уровень принятия решений, уровень полномочий на проведение определенных действий, операций. Основная роль по непосредственному оформлению кредитной сделки принадлежит кредитному инспектору, который сотрудничает с отделом оформления кредитных операций.

Кредитная политика четко прописывает разновидности займов, на каких условиях и каким целевым группам планируется предоставление подобных услуг. Кроме того, здесь учитывается процентная стоимость того или иного займа, комиссионное обслуживание по нему. Учет рисков играет не последнюю роль в стратегии банковского развития, так как именно это понятие оказывает основное влияние на стоимость кредита и требования к тем или иным заемщикам.

Сущность кредитной политики банка состоит в обеспечении безопасности, надежности и прибыльности кредитных операций, то есть в умении свести к минимуму кредитный риск. Таким образом, кредитная политика – это определение того уровня риска, который может взять на себя банк [15. С. 360].

Итак, кредитная политика является важной составляющей, точнее сказать, определяющей «активной» частью общей банковской политики в плане размещения привлеченных ресурсов (пассивов) в работающие отрасли экономики страны. По сути, кредитная политика определяет тот уровень риска, который готов принять на себя банк, предоставляя кредит (банковскую гарантию) заемщику.

## 1.2 Основные этапы кредитной сделки

При выдаче любого вида займа (кроме кредитования по кредитным линиям) банк обязательно проводит кредитную сделку, которая предполагает составление договора, включающего ряд обязательных атрибутов, гарантирующих взаимовыгодное сотрудничество между сторонами [18].

Организация кредитного процесса в коммерческом банке основывается, как было показано выше, на четком функциональном разграничении обязанностей кредитного персонала. Кредитный процесс формально начинается с момента выдачи ссуды, но чтобы ссуда была выдана, а затем возвращена и банк, и заемщик должны пройти через всю совокупность этапов реализации кредитной сделки. Традиционно, операция кредитования включает основные этапы (рис. 1).

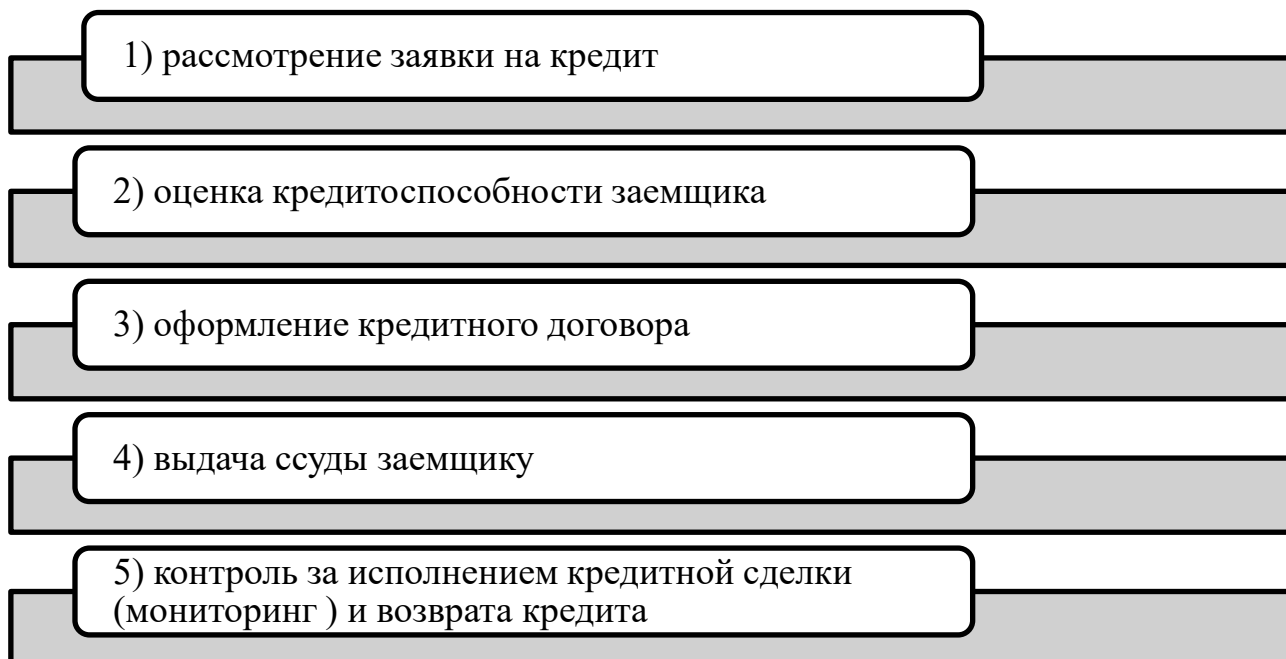


Рисунок 1- Основные этапы кредитной сделки.

Отметим, что на момент заключения кредитной сделки клиент финансового учреждения уже осведомлен об условиях кредитования и поэтому весь процесс часто сводится к формальным операциям ознакомления с конечным экземпляром договора и его подписания сторонами. Кредитная сделка является юридическим атрибутом, который скрепляет дальнейшее сотрудничество между сторонами [18].

Подробнее рассмотрим каждый из этапов.

Рассмотрение заявки на кредит.

С рассмотрения заявки на кредит, поступившей в банк, начинается любая кредитная операция. При этом предложение о выдаче кредита может исходить как от банка, так и от клиента. Для развитых рыночных отношений более характерен первый случай, когда банк ищет клиента, предлагает ему свои услуги, в том числе и по кредитованию. Но и в том и в другом случае банк не освобождается от обязанности рассмотрения каждой кредитной заявки [20. С. 11-17].

В кредитной заявке и приложенных документах содержатся основные сведения о заемщике и требуемом ему кредите: цель, размер, вид, срок,

предоставляемое обеспечение. Для разных групп клиентов, как правило, разрабатываются разные пакеты документов. Примерный пакет документов:

- Копии учредительных документов, уставов, положений, договоров аренды, регистрационных свидетельств или патентов.
- Документы, удостоверяющие право на пользование земельным участком, заверенные нотариально.
- Документы, подтверждающие правомочность клиента в получении кредита.
- Техничко-экономическое обоснование кредитуемого мероприятия с расчетом ожидаемых поступлений от реализации продукции, услуг, работ.
- Копии контрактов, договоров и других документов, касающихся кредитуемого мероприятия, за счет поступления средств, от внедрения которого предполагается погашать выданный кредит.
- Годовые и квартальные бухгалтерские и статистические отчеты о прибылях и убытках, декларации о доходах, выписки по счетам.
- Другие обязательства по обеспечению своевременного возврата ссуды (залоговое обязательство, гарантия, поручительство и т.п.).

Банк может потребовать от заемщика и другие документы и сведения, подтверждающие его платежеспособность, а также платежеспособность его поручителя.

Для физических лиц при получении потребительского кредита пакет документов, прилагаемых к заявке, несколько отличается от приведенного выше. Клиентом предоставляются документы, подтверждающие правомочность заключения кредитного договора, кредитоспособности, то есть наличие доходов, имущества, необходимых для полного и своевременного выполнения условий кредитного договора, возможное обеспечение кредита [28].

Оценка кредитоспособности заемщика.

Основная цель оценки кредитоспособности заемщика – определить его способность вернуть запрашиваемую ссуду. Коммерческий банк в каждом

конкретном случае определяет для себя степень риска, которую он готов принять на себя в данной сделке, размер предоставляемого кредита и возможность его предоставления в существующих условиях. В процессе оценки кредитоспособности заемщика выясняют его дееспособность и деловую репутацию, размеры активов, обеспеченность предоставляемого кредита.

#### Оформление кредитного договора.

После рассмотрения заявки и проведения финансового анализа показателей платежеспособности клиента при их удовлетворительных значениях банк принимает решение о заключении кредитного договора. Кредитный договор представляет собой письменное соглашение между коммерческим банком и заемщиков, по которому банк обязуется предоставить кредит на согласованную сумму на определенный срок и за определенную плату. Кредитный договор разрабатывается банком и может включать в себя следующие типовые разделы:

1. Общие положения. В данном разделе чаще всего содержатся наименование договаривающихся сторон и описание цели кредита.

2. Объем и сроки погашения кредита. В разделе указываются объем кредита, порядок его получения, ссудный процент, срок кредита и условия его погашения. Ссуды оформляет кредитный отдел на конкретные сроки погашения ордерами-распоряжениями.

Проценты за пользование ссудой могут быть установлены как фиксированные, так и плавающие, но в любом случае они должны покрывать расходы банка по привлечению средств, необходимых для предоставления требуемого кредита с добавлением маржи – разницы между ставкой, по которой банк начисляет проценты на сумму предоставляемых кредитов, и ставкой, по которой банк уплачивает проценты по привлеченным средствам.

3. Отчет и гарантии. В данном разделе договора заемщик ручается за то, что предоставленные банку финансовые отчеты соответствуют действительности и точно отражают положение заемщика. Заемщик удостоверяет, что фирма зарегистрирована в установленном порядке, наделена

полномочиями заключать кредитный договор и выполнять свои обязательства перед банком, предоставляет достаточное требуемое банком обеспечение, не участвует в каких-либо судебных исках.

4. Описание обеспечения. Данный раздел присутствует в том случае, если кредит предоставляется под определенный вид обеспечения. Раздел содержит подробное описание обеспечения, подтверждающие документы и указывает порядок обращения с ним при соответствующих ситуациях.

5. Обязывающие условия кредитного договора. Банк может в некоторых случаях обязать заемщика предоставлять сведения о выполнении некоторых условий кредитного договора. Например, предоставлять через определенные промежутки времени финансовые отчеты, свидетельства о поддержании оборотного капитала на определенном уровне в качестве подтверждения уровня платежеспособности и другие сведения и документы.

6. Запрещающие условия. В разделе приводится перечень действий, которые заемщик обязуется не предпринимать на протяжении всего срока пользования ссудой без предварительного согласования с банком-кредитором. Например, не передавать в залог свои активы в качестве обеспечения по ссудам других кредиторов.

7. Ограничивающие условия. В данном разделе могут содержаться ограничения на действия заемщика, чаще всего с целью поощрения заемщика в меньшей степени полагаться на заемные средства, а увеличивать собственный капитал. Например, может быть ограничен объем средств, вкладываемых в основной капитал, в приобретение собственных ценных бумаг, ограничение сумм дивидендов, премий, выплачиваемых работникам предприятия-заемщика и др.

8. Условия кредитного договора. В разделе указывается, при каких условиях кредитный договор можно считать нарушенным.

9. Ответственность сторон. В данном разделе может быть предусмотрена не только денежная ответственность, но и имущественная.

10. Порядок разрешения споров.

11. Срок действия договора.

12. Дополнительные условия.

13. Юридические адреса и платежные реквизиты сторон.

Одновременно с кредитным договором оформляются договоры обеспечения. При их оформлении соблюдается порядок, аналогичный оформлению кредитного договора [28].

Выдача ссуды заемщику.

После оформления договоров заемщику выдается кредит. Для этого банк открывает заемщику ссудный счет, на который зачисляется кредит. В банковской практике используется простой ссудный счет, необходимый для разовой потребности в заемных средствах в связи с потребностями в текущих платежах.

Контроль за исполнением кредитной сделки и возврат кредита. Для осуществления оперативного контроля за выполнением обязательств и условий кредитного договора, эффективным использованием заемщиком полученного кредита, своевременным и полным его возвратом коммерческий банк должен поддерживать с клиентом постоянный контакт. При необходимости банком могут быть проведены проверки денежных и расчетных документов, бухгалтерской и статистической отчетности, которые могут быть получены как от клиента, так и из других источников.

Вся полученная информация обычно систематизируется в специализированном кредитном досье заемщика. Постоянный мониторинг позволяет банку не только быстро выявлять проблемные кредиты, но и постоянно контролировать соответствие кредитной политики банка действиям сотрудников кредитного отдела. Кредитный контроль также позволяет топ-менеджменту банка в оценке совокупного риска и осуществлении соответствующих превентивных мероприятий по укреплению финансовой устойчивости банка.



Не существует единого для всех банков метода погашения ссуды. Среди используемых банками можно выделить погашение по мере фактического накопления собственных средств, эпизодическое погашение, систематическое погашение на основе заранее фиксируемых сумм по графику платежей, зачисление выручки, минуя расчетный счет в уменьшение суммы задолженности, списание просроченной задолженности за счет резервов банка или за счет обеспечения предоставленного заемщиком.

В случае погашения кредита составляется справка о закрытии дела и передаче его в архив. В случае непогашения кредита дело передается в юридический отдел банка для открытия иска о невозврате кредита и представлении дела в суд.

Итак, кредитная политика устанавливает подходы, определяет общие принципы кредитования клиентуры коммерческого банка, определяет типы предоставляемых кредитов (ссуд), полномочия различных уровней банка по принятию этих вопросов, некоторые операционные детали кредитных процедур.

Различия кредитных политик коммерческих банков вытекают из особенностей целей конкретного банка, направления его деятельности, охваченного банком сегмента рынка, от размера банка-кредитора, опытности персонала, сложившейся конкурентной ситуации и тому подобных факторов.

### 1.3 Управление кредитным риском в современной банковской практике

Кредитный риск – это риск банка-кредитора, связанный с непогашением заемщиком основного долга и процентов по нему. Этот риск можно представить, как вероятность того, что стоимость части активов банка, представленная суммой выданных кредитов, уменьшится, или будет сведена к

нулю либо фактическая доходность от данной части активов окажется значительно ниже ожидаемого уровня [22. С. 330].

Количественная модель кредитного риска позволяет банку получать цифровой показатель вероятности наступления неплатежа по конкретному заемщику. Этот цифровой показатель называется, как известно, вероятностью дефолта.

Система управления кредитным риском портфеля (рисунок 1.2) использует не только значения этого показателя, но и ряд других факторов, что дает возможность получить стоимостную оценку кредитного риска, или Credit Value at Risk (Credit VaR).

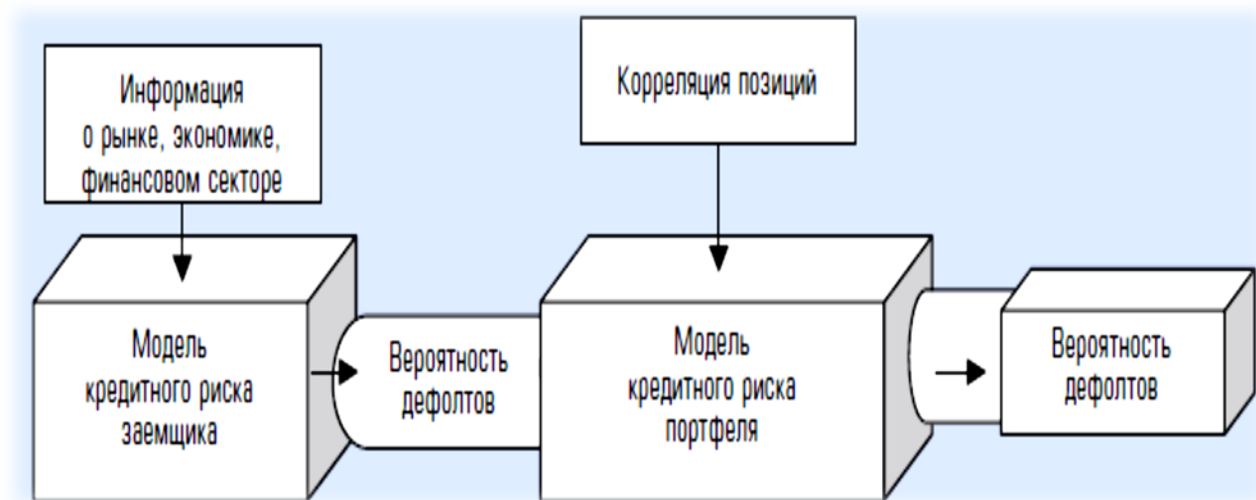


Рисунок 2 - Процесс управления кредитным риском [23. С. 44-48].

Большинство систем мониторинга риска, количественного или качественного, наиболее подходит для нормальных условий бизнеса, поскольку использует, скажем так, прошлое поведение факторов риска для прогнозирования их поведения в будущем.

Поэтому банкам следует использовать двойной подход к управлению кредитным риском: с одной стороны, ежедневное использование систем управления риском заемщика и портфеля, с другой – управление экстремальным риском посредством стресс - тестирования.

Практика стресс - тестирования показывает, что лишь некоторые тесты следует проводить регулярно, чтобы руководство банка могло уловить и проследить существенные изменения профиля риска кредитного портфеля.

Каждый тест должен сопровождаться набором заранее согласованных мероприятий, которые могут включать реструктуризацию, продажу позиций или портфелей, хеджирование и т.д. Все задачи стресс - тестирования, процедуры, полномочия, ответственность и другие аспекты необходимо четко прописать и утвердить у руководства банка. Принятые стрессовые события и сценарии должны быть правдоподобными и характерными для портфеля банка [23. С. 44-48].

Эти сценарии могут включать ряд факторов: экономические или отраслевые кризисы, резкие падения стоимости активов и залога, события рыночного риска, обострение проблемы или кризис ликвидности. Факторы кредитного риска (рисунок 3) можно использовать для композиции стресс - тестов одновременно или по отдельности.

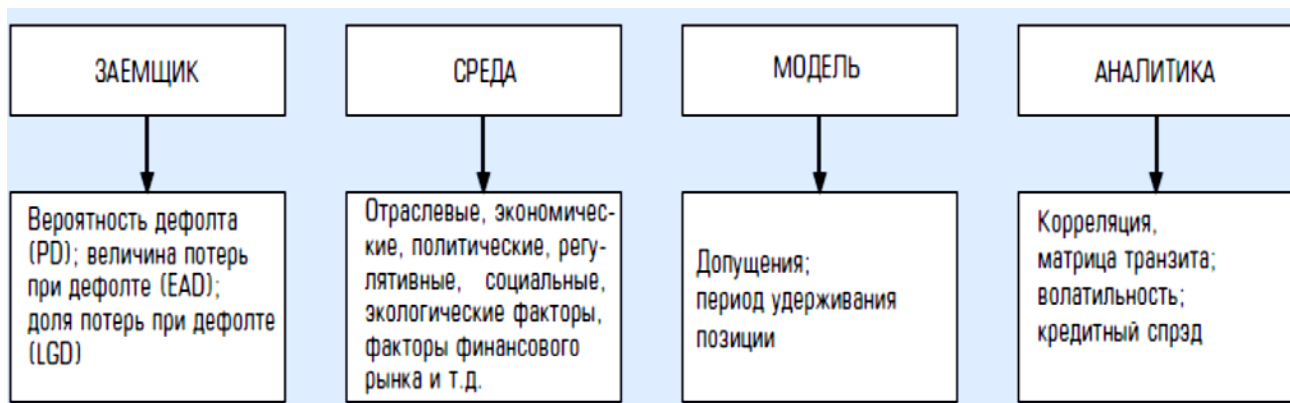


Рисунок 3 - факторы кредитного риска, учитываемые при моделировании стрессов.

Политика стресс -тестирования в банке обычно включает в себя:

- частоту и процедуру проведения регулярных заседаний для оценки главных факторов риска, влияющих на портфель;
- методологию для построения стресс- тестов –однофакторных и многофакторных;

- процедуру для установления лимитов на убытки по стрессам (stress loss limits) и полномочия на установление таких лимитов;

- процесс мониторинга лимитов на убытки по стрессам.

Кредитный риск не может быть связан с изменением одного параметра, как при моделировании валютного риска или процентного риска. Следует четко различать риск отдельного заемщика и риск кредитного портфеля. Большинство кредитных инструментов не торгуется на рынке, поэтому крайне мало информации о заданной стоимости конкретного инструмента.

Дефолт по кредитным инструментам также нечастое явление, и возникающие дефолты отслеживают и регистрируют менее эффективно, чем, например, изменения рыночных цен. Распределение доходности, связанной с кредитным риском, – ассиметрично, с высокой вероятностью небольших положительных доходов и низкой вероятностью больших отрицательных доходов.

Комбинация ограниченной информации, нечастых наблюдений и асимметрии распределения делает моделирование кредитного риска крайне трудным как аналитически, так и эмпирически.

Существует довольно много различных видов стресс - тестов. Можно использовать однофакторные или многофакторные, систематические или несистематические сценарии. При этом важно определить те факторы риска, которые в наибольшей степени могут повлиять на банк или на финансовую систему в целом. Использование методики стресс - тестирования способно предотвратить банкротство отдельного банка, а также кризис всей финансовой системы.

Банки развивают технологии управления рисками по ряду причин:

1. Рост регулятивных требований: только за последние годы ЦБ РФ внес существенные изменения в инструкции, регламентирующие управление кредитными рисками, рисками ликвидности.

2. Формирование положительного инвестиционного имиджа: потенциальные клиенты для оценки устойчивости финансового учреждения изучают, в том числе и систему управления рисками, принятую в банке.

3. Контроль рискового профиля, стабилизация доходности: банки испытывают потребность в анализе рисков и управлении ими в рамках своей основной деятельности [25. С. 24-26].

Для успешного удержания соотношения «доходность–риск» банк, прежде всего, нуждается в выработке собственного рискового профиля, то есть в определении того, каким рискам подвержен банк и какие размеры рисков менеджмент считает приемлемыми. После принятия рискового профиля встает задача контроля рисков и удержания их на заданном уровне.

Надежность банка в некоторой степени определяется умением управлять рисками. Управление рисками – это совокупность методов и инструментов минимизации рисков. Выделяют несколько способов управления рисками. Например, диверсификация, управление качеством, осуществление анализа финансового состояния клиента, применение принципа разделения риска, выдача крупных кредитов на консорциональной основе, использование плавающих процентов, страхование кредитов, введение залогового права и другие способы. Рассмотрим основные черты некоторых из них.

Диверсификация является одним из самых распространенных способов снижения риска. Диверсификация портфеля означает распределение ссуд между клиентами из разных отраслей с использованием различного вида обеспечения. Географическая диверсификация ориентирует на привлечение клиентов из различных географических регионов. Диверсификация по срокам погашения предполагает выдачу и привлечение ссуд в различные сроки, что дает банку возможность определенного финансового маневра.

Под управлением качеством понимается способность сотрудников банка своевременно предвидеть и решать вопросы, связанные с мошенничеством в кредитной сфере, неплатежами и прочие возможные проблемы.

Плавающие процентные ставки позволят банку, например, при повышении инфляции, установить более высокий процент и получить больший доход, который снизит потери.

В целях снижения кредитного риска банки широко практикуют и принцип разделения риска – залоговое право, обеспечение и страхование кредитов, что позволяет снизить риск за счет передачи его страховой компании или гарантам, поручителям, так как в случае непогашения кредита они вернут денежные средства. Крупные кредиты банк может выдавать на консорциональной основе, передавая часть риска другому банку. Но самым актуальным способом снижения степени риска является получение дополнительной информации о кредитоспособности клиента.

В процессе управления кредитным риском коммерческие банки используют ряд показателей, анализ которых позволяет сделать вывод об уровне кредитоспособности заемщика. Используемые показатели, характеризующие деятельность предприятия, в различных банках различны. Анализ всех количественных и качественных показателей деятельности заемщика позволяет присвоить клиенту-заемщику некоторое значение кредитного рейтинга. Присвоенный кредитный рейтинг используется банками в целях: определения стоимости размещаемых ресурсов; формирования резервов на возможные потери по ссудам; определения лимитов на кредитование; анализа кредитного портфеля с целью анализа уровня кредитного риска; вознаграждения сотрудников, размещающих кредитные средства[25. С. 24-26].

Кредитный рейтинг заемщика должен отражать не только текущее финансовое состояние клиента, но и давать прогноз на перспективу.

Основным моментом оценки кредитоспособности является анализ финансового положения потенциального заемщика, при котором рассматриваются количественные показатели экономического состояния организации. Анализ финансового положения обычно проводится по двум

направлениям: структурный анализ бухгалтерской отчетности и расчет финансовых коэффициентов.

Структурный анализ бухгалтерской отчетности и в частности бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках используется для количественного и качественного анализа хозяйственной деятельности потенциального заемщика. Значение статей бухгалтерского баланса представляется не в денежном, а в процентном соотношении. Это позволяет оценить доли тех или иных статей в общей сумме активов и пассивов, динамику изменений структуры показателей.

Второй инструмент анализа экономической деятельности – анализ финансовых показателей – также основывается на анализе бухгалтерской отчетности. В первую очередь банк должен определиться с тем, сколько и какие показатели будут рассчитаны для анализа, поскольку компьютерные программы позволяют получить 100 и более коэффициентов[12. С. 45].

Считается, что девяти показателей вполне достаточно для определения кредитоспособности заемщика. Среди обязательных показателей для анализа можно выделить: показатели ликвидности; показатели деловой активности (оборачиваемости капитала); показатели прибыльности; показатели финансовой устойчивости.

Анализ коэффициентов необходимо проводить на несколько отчетных дат. Основными документами, регламентирующими порядок расчета кредитных рисков в России, служат нормативные документы Центрального банка, обязательные к применению. Нормативы кредитных рисков рассчитываются по единому алгоритму, когда общая сумма требований к конкретному лицу взвешивается по степени риска и соотносится с размером собственных средств банка. Кроме того, коммерческие банки с целью ежедневного контроля кредитных рисков могут в дополнение разрабатывать собственные расчетные методики.

Ранее отмечалось, что основным показателем кредитоспособности заемщика на современном этапе развития банковского дела является кредитный рейтинг. Рейтинг представляет собой буквенное или количественное выражение способности заемщика к совершению кредитной сделки.

В отечественной практике рейтингу класса А (первого класса) соответствует низкий уровень кредитного риска; рейтингу класса В (второго класса) – средний, а рейтингу класса С (третьего класса) – высокий. Данные классы присваиваются в зависимости от результатов расчета показателей ликвидности, коэффициентов покрытия и обеспеченности собственными средствами.

Если заемщик имеет коэффициент ликвидности  $> 0,5$ , коэффициент покрытия  $> 3$ , а коэффициент обеспечения  $> 60\%$ , то он принадлежит к первому классу. Ко второму классу относят заемщиков, у которых коэффициент ликвидности от 1 до 1,5, коэффициент покрытия 3 – 2 и коэффициент обеспеченности 30%. К третьему классу относятся заемщики с коэффициентом ликвидности  $< 1$ , коэффициентом покрытия  $< 2$ , коэффициентом обеспеченности  $< 30\%$ .

На основе этого присваивается рейтинг заемщика в баллах. Сумма баллов определяется как класс (1, 2, 3) любого показателя, умноженный на долю каждого показателя в совокупности, например, первый класс – 100 – 150 баллов, второй класс – 151 – 250, третий класс – 251 – 300 баллов. Присвоение кредитного рейтинга в большинстве случаев представляет собой субъективный процесс, основанный не только на математических расчетах, но и проходящий с учетом человеческого фактора. Можно предположить, что основные проблемы заключаются в высокой вероятности неверной оценке заемщика, что может привести к неправильной оценке степени риска и неправильной процентной политике по размещаемым ресурсам.

К сожалению, мировые рейтинговые агентства мало работают в России. Рейтинги присваиваются нерегулярно. В получении кредитного рейтинга



заинтересованы только крупные предприятия, имеющий доступ на мировой кредитный рынок. Отечественные кредитные организации не всегда требуют от заемщиков получения рейтинговой оценки и не все российские рейтинговые агентства удовлетворяют необходимым критериям, сформулированным Базельским комитетом.

Так как кредиты могут предоставляться не только юридическим лицам, но и населению, то банки изучают кредитоспособность этих заемщиков различными методами. Для населения все вышеописанные методы не приемлемы, поэтому банки либо опираются на анкетирование клиентов и на этой основе после проверки приведенной информации пытаются оценить кредитоспособность, либо рассматривают некоторые коэффициенты. В анкете каждому ответу присваивается определенное количество баллов, а затем при суммировании баллов определяют класс заемщика и принимают решение о дальнейшей работе с клиентом.

Для Сбербанка России используется методика расчета определенных коэффициентов: расчета суммы кредита и суммы максимального кредита. Сумма кредита определяется по следующей формуле 1.1:

$$C_k = \text{Чистый доход} \times K \times \text{Срок кредита}, \quad (1)$$

где  $K$  – коэффициент, который зависит от дохода клиента;

Сумма максимального кредита рассчитывается по формуле 2:

$$C_{mk} = \frac{C_k}{1 + \text{Процентная ставка} \times \text{Срок кредита} \div 12 \times 100} \quad (2)$$

На основе анализа данных коэффициентов принимается решение о выдаче кредита или его отказе [17. С. 63-65].

Также дополнительную информацию о заемщике банк может получить из базы регистрации кредитов. Идея создания централизованной регистрации кредитов в России нашла свое отражение в законе «О кредитных историях»: где установлен порядок комплектования, хранения, учета и использования

документов, содержащих информацию о кредитных историях физических и юридических лиц – заемщиках кредитных организаций.

Таким образом, можно сделать ряд выводов:

- единой кредитной политики для всех коммерческих банков не существует. Каждый банк определяет свою кредитную политику исходя из политической, экономической, социальной ситуации в регионе. Также банк должен учитывать всю совокупность внутренних и внешних рисков, которые влияют на его работу;

- кредитная сделка и ее этапы является обязательным атрибутом взаимоотношений между банком и клиентом в рамках предоставления заемных средств. Обычно она является завершающим этапом оформления кредитных отношений, после которого уже ни одна из сторон не в силах повлиять на условия кредитования;

- управление кредитным риском – задача, которую решают банки, чтобы снизить вероятность невыполнения контрагентами своих обязательств по полному возврату основной суммы долга и процентов по нему в установленные договорами сроки. Кредитный риск – комплексное понятие, в которое входят как риски, связанные с заемщиком, так и внутренние риски.

## 2. АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КБ «РЕНЕССАНС КРЕДИТ»

### 2.1 Общая характеристика КБ «Ренессанс Кредит»

Коммерческий банк «Ренессанс Капитал» был создан в форме общества с ограниченной ответственностью и зарегистрирован ЦБ РФ 24 ноября 2000 года под номером №3354. В соответствии с решением участника Банка от 06 марта 2013 года изменены полное и сокращенное фирменное наименование банка на Коммерческий банк «Ренессанс Кредит» (далее –КБ «Ренессанс Кредит»).

В соответствии с Уставом, КБ «Ренессанс Кредит» имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на его место нахождения, а также штампы, бланки со своим наименованием, собственную эмблему, товарный знак, торговую марку «Ренессанс Кредит» и другие средства визуальной идентификации.

Основной целью деятельности Банка является извлечение прибыли при осуществлении банковских операций, проводимых на основании соответствующей лицензии ЦБ РФ, и иных сделок.

На основании полученных лицензий, КБ «Ренессанс Кредит» вправе осуществлять следующие банковские операции:

- привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);
- размещение привлеченных средств от своего имени и за свой счет;
- открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;
- осуществление переводов денежных средств по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам;
- инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физ. и юр.лиц;

- купля- продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;
- привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов;
- выдача банковских гарантий;
- осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов, в том числе электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов).

Банк так же имеет право совершать сделки, не запрещенные законодательством РФ и при наличии соответствующих лицензий.

КБ «Ренессанс Кредит», один из лидирующих банков сектора потребительского кредитования в России, предлагает физическим лицам потребительские кредиты, банковские карты, вклады и другие услуги.

КБ «Ренессанс Кредит» входит в ТОП-100 крупнейших российских банков и работает с 6 миллионами клиентов в России. География деятельности банка охватывает 68 регионов России.

Сеть КБ «Ренессанс Кредит» насчитывает 170 отделений и 35 172 точки продаж. Банк сотрудничает как с крупными федеральными розничными сетями, так и с небольшими региональными компаниями и торговыми сетями, которые специализируются на продаже электроники, бытовой техники, мебели, других товаров и услуг.

Среди ключевых партнеров банка - «Связной», «Евросеть», «М.видео», «Техносила», «Медиа Маркт». Кроме того, «Ренессанс Кредит» выдает целевые кредиты на туристические поездки через туроператоров и агентства: КОРАЛ ТРЕВЕЛ МАРКЕТ «Санрайз Тур», «Аэротрэвэл Клуб», Cheap Trip и др.

Также банк сотрудничает с интернет-магазинами, клиенты которых могут оформить кредит на понравившийся им товар в режиме онлайн. Среди таких партнеров ENTER, Сотмаркет, СтартМастер, ВеСomраct, RBT.ru и др.

Основным владельцем «Ренессанс Кредит» является Группа ОНЭКСИМ, один из ведущих российских инвесторов, который владеет

диверсифицированным портфелем активов в сфере финансовых услуг, в энергетической, металлургической и других отраслях экономики [30].

«Ренессанс Кредит» занимает следующие позиции в рэнкингах банковской индустрии, по данным Коммерсантъ-Деньги:

- 25-е место в рейтинге «Самые потребительские банки (на 1 февраля 2015 года)»;

- 25-е место в рейтинге «30 крупнейших российских банков по объему привлеченных вкладов граждан (на 1 января 2015 года)»;

- 51-е место в рейтинге «100 крупнейших банков России по размеру собственного капитала (на 1 января 2014 года)»;

В марте 2012 года успехи банка были также отмечены журналом «Форбс», поместившим Прозрачную карту «Ренессанс Кредит» на первое место в рейтинге кредитных карт в сегменте Standard.

В рэнкинге «Профиль. Надежность», рассчитанном Национальным рейтинговым агентством на 1 октября 2014 года и опубликованном в журнале «Профиль» (№41[8825]/03.11.14), «Ренессанс Кредит» находится на 18 месте [34].

Ключевые показатели деятельности КБ «Ренессанс Кредит» за 2014-2016 гг. представлены в таблице 2.

Таблица 2- Основные показатели деятельности КБ «Ренессанс Кредит» за 2014-2016 гг. ,%.

Показатель	Период			Изменение, %		
	2014 год	2015 год	2016 год	2015/ 2014	2016/ 2015	2016/ 2014
Чистая процентная маржа с учетом комиссионных доходов	30	31	31	103,3	-	103,3
Операционные расходы / доходы (Cost to income ratio)	50	53	39	106,0	73,6	78,0
Операционные расходы / средний кредитный портфель (Cost to average portfolio ratio)	18	17	13	94,4	76,5	72,2

## Окончание таблицы 2

Достаточность капитала (CAR)	21	23	26	109,5	113,0	123,8
Возврат на активы (ROAA)	4	6	5	150,0	83,3	125,0
Возврат на капитал (ROAE)	15	22	23	146,7	104,5	153,3
Доля неработающих кредитов (NPL 90+)	7	5	8	71,4	160,0	114,3

По данным отчетности банка, по итогам 2014-2016г.г. показатели эффективности деятельности находятся на высоком уровне.

Так, отношение расходов к средним активам незначительно снизилось с 18% в 2014 г. до 17% в 2015г., а на конец 2016 г. этот показатель составил 13%, рентабельность средних активов и капитала выросла с 4% и 15% в 2014 г. до 6% и 22% в 2015 г. соответственно. За три года темп роста показателей составил: рентабельность средних активов 25%, рентабельность капитала – 53,3%.

### 2.2 Анализ кредитного портфеля КБ «Ренессанс Кредит»

В качестве одной из главных целей кредитной политики выступает высокодоходное размещение пассивов банка в кредитные продукты при одновременном поддержании определенного уровня качества кредитного портфеля банка. На качество кредитного портфеля оказывает влияние текущий уровень проблемной и просроченной ссудной задолженности. Чем ниже доля проблемной и просроченной задолженности в кредитном портфеле банка, тем соответственно выше качество кредитного портфеля.

Кредитный портфель банка – это совокупность остатков задолженности по активным кредитным операциям на определенную дату. Проведем анализ кредитного портфеля КБ «Ренессанс Кредит» за 2014-2016 гг. Полученные данные систематизируем в таблице 3.

Таблица 3- Анализ и структура кредитного портфеля КБ «Ренессанс Кредит» за 2014-2016 гг., млрд. руб.

Показатель	Период			Изменение, %		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015/ 2014	2016/ 2015	2016/ 2014
Общий объем кредитования физ. лиц	30933392	50422692	74434133	163,0	147,6	240,6
Общий объем кредитования юр.лиц	1536093	1112963	23759	72,5	2,1	1,5
Общий объем ссудной задолженности в портфеле	32469485	51535655	74457892	158,7	144,5	229,3
Резервы	-1169868	-1690381	-4182204	144,5	247,4	357,5
Совокупный кредитный портфель за вычетом резервов	31299617	49845274	70275688	159,3	141,0	224,5
Общий объем просроченной задолженности	11844950	10819205	13108239	91,3	121,1	110,7
Просроченная задолженность физ. лиц	11844950	10818938	13108239	91,3	121,2	110,7
Просроченная задолженность юр. лиц	-	267	-	-	0,0	-

Общий кредитный портфель КБ «Ренессанс Кредит» по итогам 2016 года составил 74,5 млрд. руб., увеличившись относительно 2015 г. на 144,5% . Относительно 2014 г. кредитный портфель показателю темп роста почти на 229,3%. Вместе с ростом общего кредитного портфеля банка наблюдается соответственно рост просроченной задолженности в кредитном портфеле.

Так в 2016 г. относительно 2015 г. темп роста просроченной задолженности составил чуть более 21%, тогда как в 2015 г. относительно 2014 г. этот показатель был отрицательным – 8,7%. За три года просроченная задолженность в кредитном портфеле увеличилась на 10,7%. Тогда как темп роста самого портфеля почти на 229,3%.

Отметим, что рост просроченной задолженности растет по кредитованию физических лиц, тогда как кредитование юр. лиц. значительно снижается – практически перестает иметь место. Наглядно динамика структуры кредитного портфеля «Ренессанс Кредит» показана на рисунке 4.

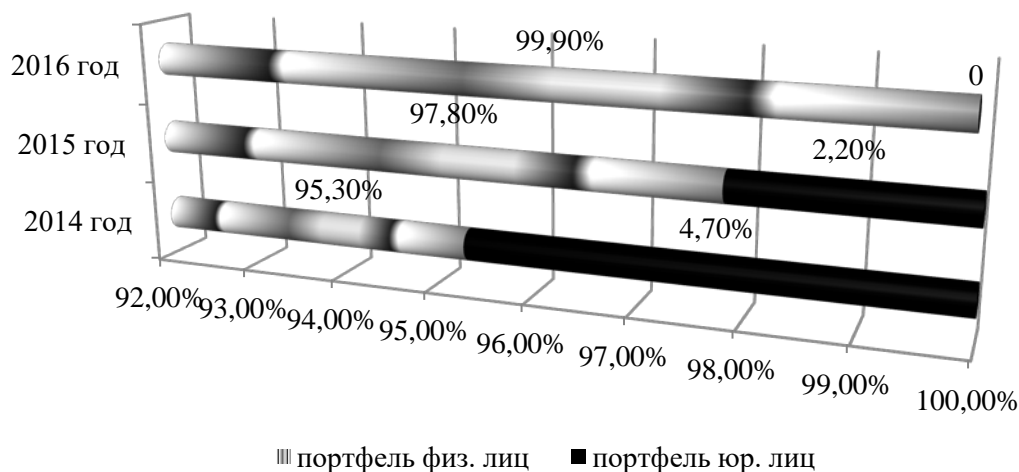


Рисунок – 4 динамика структуры кредитного портфеля предприятия.

Из рисунка 4 видно, что удельный вес кредитов физическим лицам составляет от 95,3% на 2014 г. в 2015 году этот показатель увеличивается до 97,8% и к концу 2015 г. практически 99,9% удельного веса составляют кредиты для физ. лиц.

Задолженность в кредитном портфеле банка имеет отрицательную тенденцию. Если в 2014 г. 36,5% от общего кредитного портфеля, то в 2015 г. ее доля снизилась до 20,9% и уже к концу 2016 г. составила 17,6% - тем самым сократившись на 18,9 % за три года. Это положительно характеризует управления просроченной задолженностью в банке.

Далее в таблице 4 проведем анализ кредитного портфеля КБ «Ренессанс Кредит» по срокам погашения.



Таблица 4 -Анализ динамики и структуры кредитного коммерческого банка по срокам погашения за 2014 – 2016 гг. тыс. руб.

Показатель	Года			Относительное изменение, %		
	2014	2015	2016	2015 г./ 2014 г.	2016г./ 2015 г.	2016 г./ 2014 г.
Общий кредитный портфель	32469485	51535655	74457892	158,7	144,5	229,3
Сроком:						
- до 180 дней	2076751	2949947	2513867	142,1	85,2	121,1
- от 181 до 1 г.	1994929	3036263	4075565	152,2	134,2	204,3
- 1 г. до 3 лет	6713712	11819946	19683888	176,1	166,5	293,2
- более 3 лет	8885880	20026805	27912319	225,4	139,4	314,1
Овердрафты и прочие средства	12798213	13702694	20272253	107,1	147,9	158,4

Данные таблицы 4 позволяют сделать вывод, что в общем кредитном портфеле банка офердрафтное кредитование показало темп роста за три года 58,4%. Кредиты сроком более 3-лет показали самый высокий темп роста в кредитном портфеле: так если в 2015 г. относительно 2014 г. темп роста составил 225,4 %. То уже в 2016 г. темп роста увеличился до 314,1%.

Это говорит о том, что банк стал предоставлять кредитные средства на более длительный период. Соответственно это можно отнести на востребованность таких кредитов на рынке (атокредитование, ипотечное – жилищное кредитование). Кредиты до180 дн. показали самый низкий темп роста за три года – всего 21,1%, а в 2016 г. относительно 2015г. и вообще произошло снижение кредитования до 180 дней на 14,8%.

Таким образом, можно сделать вывод, что общий кредитный портфель КБ «Ренессанс Кредит» за три года значительно увеличился и составил на конец 2016 г. 74,5 млрд. руб. – рост 130%.

Высокое качество кредитного портфеля КБ «Ренессанс Кредит» обуславливает методология оценки риска заемщиков и технологии работы по

взысканию просроченной задолженности. Банк является одним из лучших в отрасли по этим технологиям. Что обеспечивает приток новых клиентов самого высокого качества. Высокая доля повторных продаж (кросс-, или перекрестных продаж) продуктов по базе существующих клиентов позволяет поддерживать качество портфеля и существенно снижать стоимость его пополнения.

Сбалансированности кредитного портфель банк добился оптимальным соотношением различных видов кредитных продуктов в портфеле, и конечно же за счет эффективно сформированной кредитной политикой.

### 2.3 Формирования финансовых результатов при осуществлении кредитной политики

В рамках приоритетных направлений кредитной политики КБ «Ренессанс Кредит» предоставляет потребительские кредиты шести основных видов: целевые кредиты на покупку товаров и услуг (потребительские кредиты, выданные через точки продаж), автокредиты, кредиты общего назначения, кредитные карты, ипотечные кредиты и кредиты сотрудникам.

В этой связи рассмотрим более подробно именно это направление в кредитной политике. В таблице 2.4 представлены данные по структуре и динамике потребительского кредитования КБ «Ренессанс Кредит».

Таблица 5- Динамика портфеля потребительских кредитов КБ «Ренессанс Кредит» за 2014-2016 гг.

Показатель	Года			Относительное изменение %		
	2014	2015	2016	2015 г./ 2014 г.	2016 г./ 2015 г.	2016 г./ 2014 г.
1	2	3	4	5	6	7
Объем потребкредитов, в т.ч:	30933392	50422692	74434133	163,0	147,6	240,6

Окончание таблицы 5

Кредиты общего назначения нал.	14677320	27976349	46830676	190,6	167,4	319,1
Целевые кредиты	5391382	8083931	10757449	149,9	133,1	199,5
Кредитные карты	5123059	7149631	12462475	139,6	174,3	243,3
Автокредиты	3813403	6080411	3448480	159,4	90,4	90,4
Прочие кредиты в т.ч.	1928228	1132370	935053	58,7	82,6	48,5
Ипотечные кредиты	234757	212787	171278	90,6	80,5	73,0

По данным таблицы 5, можно сделать выводы, что общий объем потребительского кредитования увеличивался за три года быстрыми темпами – так в 2015 г. относительно 2014 г. темп роста составил 63%, в 2016 г. относительно 2014г. этот показатель увеличился до 140,6%. Таким образом, портфель потребительских кредитов составил на конец 2016 г. - 74434133 тыс. руб. В основном рост портфеля произошел за счет увеличения кредитов общего назначения (кредиты наличными) – рост за три года на 219,1%.

Объем кредитных карт так же значительно вырос. Динамика числа эмитированных кредитных карт в 2016 г. представлена на рисунке 5.

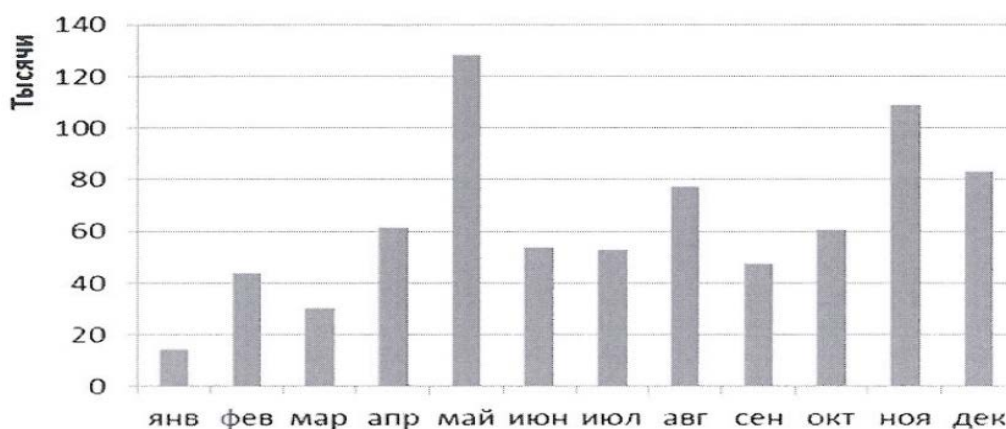


Рисунок 5 - динамика числа эмитированных КБ «Ренессанс Кредит» кредитных карт в 2016 г., тыс. штук.

Если в 2015 г. относительно 2014 г. темп роста составил около 40%, то уже в 2016 г. относительно 2015г. этот показатель вырос до 74,3%. По отчетным данным банка, в течение 2016 г. было эмитировано более 760 тыс. кредитных карт. Средний кредитный лимит по этим картам составил 62 тыс. руб., средний размер задолженности составил 41 тыс. руб.

В целом за анализируемый период темп роста по кредитным картам составил 143,3%. Это говорит о расширении предложений банка по этому виду кредитования и востребованности этого вида кредитов у клиентов.

В таблице 6 проведен анализ структуры потребительского портфеля кредитов КБ «Ренессанс Кредит» за 2014-2016 гг.

Таблица 6 - структура потребительского портфеля коммерческого банка за 2014-2016 гг., т.р.

Показатель	2014 год		2015 год		2016 год	
	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %	Тыс. руб.	Уд. вес, %
Общий объем потреб кредитов, в том числе:	30933392	100,0	50422692	100,0	74434133	100,0
Кредиты общего назначения	14677320	47,44	27976349	54,44	46830676	62,91
Целевые	5391382	17,43	8083931	15,03	10757449	14,50
Кредитные карты	5123059	16,56	7149631	14,17	12462475	16,74
Автокредиты	3813403	12,33	6080411	12,06	3448480	4,64
Прочие кредиты, в т.ч.	1928228	6,23	1132370	4,30	935053	1,25
Ипотечные кредиты	234757	0,8	212787	0,4	171278	0,2

В структуре розничного портфеля наблюдается тенденция смещения в сторону высокомаржинальных продуктов – кредитов общего назначения и кредитных карт, доля которых выросла в структуре потребительского кредитного портфеля за исследуемый период. Так удельный вес кредитов общего назначения в 2014 г. составлял 47,4 %. В 2015 г. доля увеличилась до 54,4% и к 2016 г. вырос к 63%.

Рост этой доли произошел за счет значительного сокращения автокредитования в общей структуре потребительского портфеля, так в 2014 г. автокредиты составляли 12,3 % к 2015 г. удельный вес уменьшился до 12%, а к 2016 г. сократился до 4,6%, тем самым объем автокредитования уменьшился до 3448480 тыс. руб. относительно 2014 г.

Удельный вес целевых кредитов, которые выдаются на покупку товаров и услуг, в общем потребительском портфеле банка занимает на 2016 г. 14,5 % - этот показатель уменьшился относительно 2014г. – когда его доля в портфеле была 17,4 % однако в абсолютном выражении общий объем этих кредитов увеличился на 5366067 тыс. руб. и составил на конец 2016 г. 10757449 тыс. руб.

В состав прочих кредитов входят реструктурированные кредиты общего назначения, реструктурированные кредитные карты, кредиты сотрудникам банка, а так же ипотечные кредиты. Доля этих кредитов в общем портфеле потребительского кредитования занимает самую меньшую долю - около 1,3%. За три года общий объем по этим кредитам сократился 993175 тыс. руб.

Особенно нужно отметить ипотечные кредиты – которые на конец 2016 г. по данным отчетности банка занимают всего 0,2 % в общей структуре кредитного розничного портфеля. Общий объем по ипотечным кредитам сократился с 2015г. на 63476 тыс. руб. и составил в общем объеме на 2016 г. 171278 тыс. руб.

В рамках осуществления кредитной политики, для получения эффективных финансовых результатов от потребительского кредитования (в рамках минимизации кредитного риска) проводится практика залогового обеспечения:

- ипотечные кредиты обеспечены соответствующей жилой недвижимостью;

- залоговым обеспечением по автокредитам выступают автомобили, приобретенные с помощью таких кредитов.

Целевые кредиты на покупку товаров и услуг, кредиты общего назначения, кредитные карты и кредиты сотрудникам являются необеспеченными.

Банк осуществляет сбор информации в отношении справедливой стоимости обеспечения по кредиту только на дату предоставления кредита. По оценкам Банка, справедливая стоимость обеспечения по просроченным ипотечным кредитам превышает сумму требований по ипотечным кредитам. По мнению руководства банка, проведение оценки справедливой стоимости обеспечения по другим кредитам физическим лицам не представляется возможным в связи с отсутствием информации о справедливой стоимости. По данным отчетности банка за анализируемый период сумма обеспечения, перешедшего в собственность Банка, была несущественной.

В таблице 7, представлены данные о полученных доходах КБ «Ренессанс Кредит» от потребительского кредитования за 2014-2016гг.

Таблица 7 - Доходы КБ «Ренессанс Кредит» от потребительского кредитования за 2014-2016гг., тыс. руб.

Показатель	Период			Изменение, %		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015/ 2014	2016/ 2015	2016 /2014
Доходы от потребительского кредитования всего, в т.ч.	12452572	11257258	17195065	90,4	152,7	138,1
Потребительское кредитование	7912158	8529817	12543300	107,8	147,1	158,5
Штрафы и пени за просроченные платежи	4540414	2727441	4651765	60,1	170,6	102,5
Общие доходы банка	15221888	16311873	25536793	107,2	156,5	167,8

По данным таблицы 7 видно, что всего доходы от потребительского кредитования увеличились за три года на 38,1%. Основной рост произошел по процентным доходам от потребительских кредитов: в 2015 г. относительно 2014 г. рост составил 7,8%, в 2016 г. относительно 2015 г. – 47,1%, за весь анализируемый период показатель увеличился на 58,5%. Это говорит о том, что

банк получает постоянно растущий доход от выдачи потребительских кредитов населению.

Доходы, полученные от штрафов и пени за просроченные платежи по кредитам в 2015 г. относительно 2014 г. показали снижение почти на 40% - поскольку, согласно политике Банка в отношении списания суммы кредитов, просроченных на срок 365 дней или более и скорректированных на сумму ожидаемого восстановления, считаются списанными, так как вероятность взыскания сумм задолженности на этот момент считается крайне низкой.

Такие кредиты, включая все начисленные по ним проценты, списываются из отчета о финансовом положении. Однако даже после списания кредита сотрудники Банка, занимающиеся взысканием просроченной задолженности, продолжают свою работу с целью взыскания сумм в будущем.

В 2016 г. относительно 2015 г. показатель штрафов и пеней за просроченные платежи увеличился на 170,6% - это говорит об эффективной работе банка в этот период по взысканию просроченной задолженности. За три года рост показателя увеличился на 102,5 %.

Динамика эффективности сбора просроченной задолженности (+ штрафы и пени за просроченные платежи) в 2016 г. представлена на рисунке 6.

В общем объеме доходов банка на 2016 г. доходы, полученные по потребительскому кредитованию составляют 67,3%. Это можно отнести на специфику деятельности КБ «Ренессанс Кредит» - который позиционирует себя, как банк, ориентированный на высокодоходный бизнес розничного потребительского кредитования.

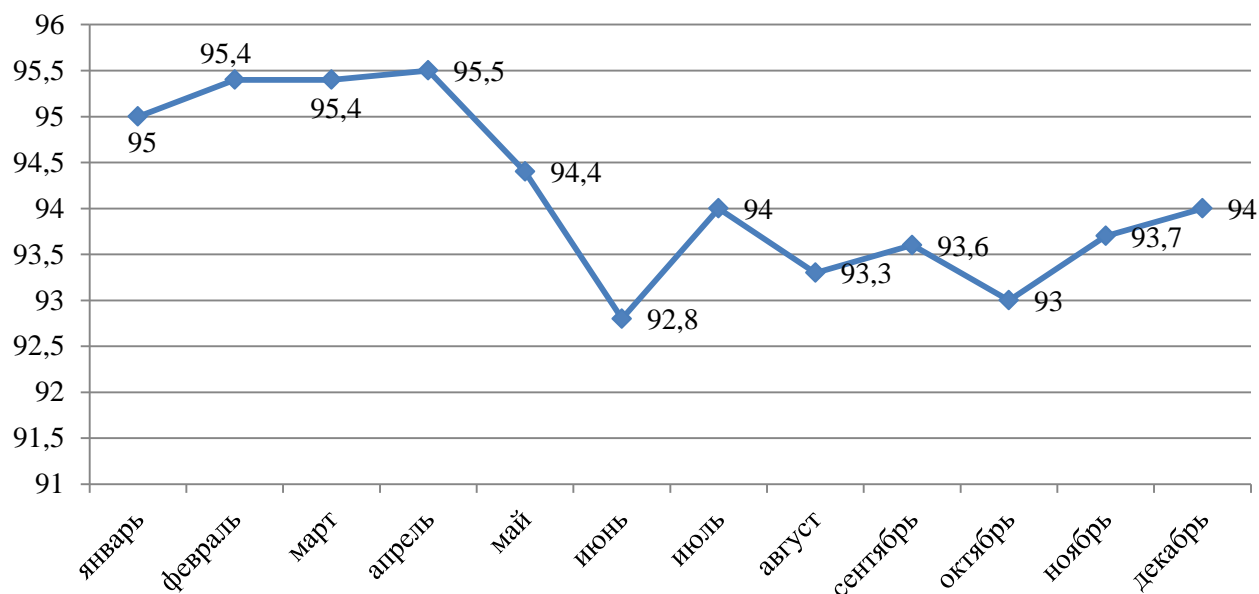


Рисунок - 6 динамика эффективности сборов просроченной задолженности КБ «Ренессанс Кредит» за 2016 г., %.

В заключении отметим, что стратегия развития КБ «Ренессанс Кредит» предусматривает эволюционную модель органического роста, дополненного рядом инноваций, включая:

- проактивное развитие интернет и иных новых каналов привлечения клиентов;
- индивидуальный подход к различным клиентским сегментам с точки зрения риска, каналов и продуктов;
- развитие новых продуктов и сервисов для снижения стоимости средств и удержания клиентов (текущие счета, многофункциональный интернет-банк, дифференцированные продуктовые предложения в зависимости от региона;
- развитие партнерских отношений с владельцами крупных каналов клиентского трафика (Связной, Евросеть и другие).

Более детально стратегия развития банка представлена в приложении.

Что позволит существенно улучшить результаты деятельности и качество кредитного портфеля банка.

Вывод: по результатам исследования формирования кредитной политики в КБ «Ренессанс Кредит» можно заключить следующее. КБ «Ренессанс Кредит»



за анализируемый период добился оптимального соотношения различных видов кредитных продуктов в портфеле, что подтверждается стабильным ростом его объема. Целевые кредиты обеспечивают значительный приток новых клиентов. Автокредиты и нецелевые кредиты способствуют высокой стабильности кредитного портфеля за счет продолжительных сроков кредитования и более крупных сумм займов. Преимуществом является доля высокомаржинальных продуктов – кредитов наличными и кредитных карт – обеспечивает высокую доходность портфеля.

Ежегодно совершенствуя свою кредитную политику КБ «Ренессанс Кредит» представлен в 61 ключевом регионе России разветвленной сетью собственных отделений и точек продаж в торговых сетях. Банк активно развивает альтернативные каналы привлечения клиентов, включая собственную и партнерские агентские сети, телемаркетинг (службу продаж по телефону), партнерские отношения с операторами мобильных сетей и Интернет-компаниями.

Однако, нужно отметить, что анализ программ потребительского кредитования КБ «Ренессанс Кредит», для физических лиц показала, что за исследуемый период значительно сократилась доля автокредитов в общем портфеле потребительских кредитов (0,2%). В связи с чем, в рамках совершенствования кредитной политики КБ «Ренессанс Кредит» можно предложить обратить пристальное внимание на развитие именно этого вида потребительских кредитов.

### 3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КБ «РЕНЕССАНС КРЕДИТ»

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%. [31].

Таким образом, КБ «Ренессанс Кредит» 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 КБ «Ренессанс Кредит», для физических лиц показала, что за исследуемый период значительно сократилась доля авто кредитов в общем портфеле потребительских кредитов (0,2%). В связи с чем, КБ «Ренессанс Кредит» можно предложить обратить пристальное внимание на развитие именно этого вида потребительских кредитов.

Не смотря на продолжающиеся кризисные явления в экономике страны, авто кредиты 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 авто кредитования, в том числе и в 2015

году, во многом происходит за счёт особых льготных программ, которые привлекают клиентов. Обычно автомобили прошлого года выпуска продаются со скидками.

Авто кредитование в России развивается и выходит на высокий уровень и КБ «Ренессанс Кредит» может увеличить свою долю на рынке потребительского кредитования УрФО за счет увеличения кредитов на покупку автомобилей.

Автором разработан ряд мероприятий по улучшению организации авто кредитования физических лиц в КБ «Ренессанс Кредит». Для более наглядного примера, рассмотрим предложение для одного из филиалов КБ «Ренессанс Кредит».

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 КБ «Ренессанс Кредит» 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 КБ «Ренессанс Кредит», а также промоутеров.

В зависимости от структуры кредитного портфеля и востребованности тех или иных видов кредитных продуктов определить ориентиры для

сотрудников филиалов КБ «Ренессанс Кредит» 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 КБ «Ренессанс Кредит».

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 2014 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 КБ «Ренессанс Кредит».

Задачами промоутеров являются следующие:

- раздача рекламно-информационных материалов по кредитам КБ «Ренессанс Кредит» в частности с акцентом на автокредиты;
- консультирование клиентов по условиям кредитования физ.лиц в КБ «Ренессанс Кредит»;
- 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 городе Екатеринбурге) в пределах 30000 руб. в месяц. Для того чтобы еще более заинтересовать промоутеров и сотрудников КБ «Ренессанс Кредит» 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 КБ «Ренессанс Кредит» и приведена в таблице 8.

Таблица 8 - Анализ бонусных систем по продвижению кредитных продуктов Российских банков.

Сумма кредита, тыс. руб.	Размер бонуса за одного клиента, руб.			Предложено для КБ «Ренессанс Кредит»	Среднее значение, тыс. руб.
	«Сбербанк России»	«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 КБ «Ренессанс Кредит». 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 ДО, 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 КБ «Ренессанс Кредит» (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 2014 год об исполнении сметы АХР.

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 КБ «Ренессанс Кредит», 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 городской телевизионной станции «ОТВ», выбор сделан в соответствии с рейтингом телеканала и охватом территории. 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 была 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 одной статьи в городской газете «Автомобильные вести», 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. К местной еженедельной газете или еженедельному журналу нередко обращаются несколько раз и хранят семь дней. 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 города (у КБ «РенессансКредит» есть свои забронированные места в г. Екатеринбург). 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 КБ «Ренессанс Кредит» и особенностей автокредита - была предложена программа продвижения и заложены критерии определения эффективности.

График программы представлен в таблице 9, расчет стоимости выбранных инструментов продвижения в таблице 10.

Отметим, что КБ «Ренессанс Кредит» 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.

Таблица 9 - График программы продвижения автокредита для КБ «Ренессанс Кредит».

Месяц (2017 г.)	Теле - реклама	Радио реклама	Объявления в газете	Наружная реклама (баннер)	Печатная реклама на ярмарках, выставках	Статья в прессе	Привлечение ОКР	Привлечение промоутерами
Май	+	+	+	+	+	+ «Автомобильные вести»	+	+
Июнь	+	+	+	+	+		+	+
Июль		+	+	+	+		+	
Август			+	+	+		+	
Сент.				+	+		+	
Октябрь				+	+		+	
Ноябрь				+	+		+	
Декабрь				+	+		+	

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.

Таблица 10 - стоимость инструментов продвижения автокредита для КБ «Ренессанс Кредит».

Инструменты	Затраты на использование инструмента продвижения*
1	2
1.Телевизионная реклама	«ОТВ» (май - июнь). Рекламный ролик (20 сек.); выход пон.- пятница с 18.00 до 20.00, а так же с 20.00 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 3 100 руб. 190 300,00 руб.
2.Объявление в газете	«Автомобильные вести», размер - 126-99, цвет – 4375,00 руб. Июнь - Сентябрь (1 раз в неделю 4 месяца), размещение на информационной полосе. 70 000,00 руб.
3.Радиореклама	Радиостанция «Русское радио» и «Авторадио», ролик 15сек. Срок размещения – 3 мес., выход – 10 раза в день, изготовление ролика – 600 руб. «Русское радио» 1 сек – 12,6 руб. Сезонный коэффициент за июль 1,2. Стоимость – 181 440,00 руб. «Авторадио» 1 сек – 10,8 руб. Сезонный коэффициент за июль 1,2. Стоимость - 155 520,00 руб. 337 560,00 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» 103 500,00 руб.
5.Прочая реклама (ОКР и промоутеры)	60 000,00 руб.
Итог	Общая сумма затрат на продвижение и ознакомление с продуктом составляет 761 360,00 руб.

\*расчет по всем инструментам производился на основании прайс – листов в Интернете.

Начинается дачный сезон, активный выезд на природу, семейные путешествия на автомобиле и т.д. Как уже отмечалось ранее, важно

сотрудничество с автосалонами города, 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 Банка 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.

Постараемся провести расчет эффективности предложенного мероприятия по продвижению автокредитования для потенциальных заемщиков КБ «Ренессанс Кредит». Для сопоставления будут использованы данные бухгалтерской отчетности по результатам программы за 2014 год.

На основе планов КБ «Ренессанс Кредит» - увеличение доли на рынке потребительского кредитования на территории УрФО, и на основании проведенного комплекса мероприятий по активному продвижению автокредита планируется следующий объем выдачи по автокредиту.

Прогнозируемая выдача кредитов физическим лицам на май 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 КБ «Ренессанс Кредит» на 2017 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	500 000	10	50 000	100
Июнь	520 000	13	67 600	115
Июль	520 000	15	78 000	150
Август	520 000	18	93 600	172
Сентябрь	540 000	20	108 000	198
Октябрь	560 000	20	112 000	228
Ноябрь	570 000	20	114 000	232
Декабрь	580 000	20	116 000	240
Итого	4310 000	-	739 200.000	1435

По данным таблицы 11 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 КБ «Ренессанс Кредит».

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 КБ «Ренессанс Кредит» 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 8,25%, 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 города и района (прилегающих районов), 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 КБ «Ренессанс Кредит».

Предполагаемый экономический эффект от предложенных мероприятий представлен в таблице 12.

Таблица 12 - Предполагаемый экономический эффект от мероприятий для КБ «Ренессанс Кредит».

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 КБ «Ренессанс Кредит» высокорентабельный (практически 70%) и может принести значительную прибыль Банку в размере 42 503 238,64 тыс. руб.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, проведенное исследование позволило сделать ряд выводов. В современном мире банки сохраняют свое огромное значение в развитии экономики. Аккумулируя денежные капиталы, концентрируя их направление и диверсифицируя риски, банки создают важные предпосылки для расширения и ускорения производства. От того, как развиваются банки, каково их финансовое состояние, во многом зависит устойчивое развитие реального сектора экономики.

Построение эффективной кредитной политики является одним из важнейших направлений деятельности банков, так как на кредитование приходится около половины активных операций банка. Кредитная политика в первую очередь должна быть направлена на достижение роста активов банка и повышение их качества. Эффективность кредитной политики основывается, прежде всего, на умении работников банка правильно и обоснованно выбрать сектор экономики и клиента для проведения кредитных операций.

Управлением кредитными рисками занимаются: законодательные и регулирующие органы, устанавливающие нормативы ликвидности и пр.; органы надзора (центральные банки), осуществляющие мониторинг соблюдения законодательства и нормативов, а также оценивающие управление рисками; акционеры, назначающие совет директоров, высший менеджмент организации, аудиторов; совет директоров, который несет текущую ответственность за бизнес, определяет кредитную политику, меры и процедуры по управлению рисками; внутренние и внешние аудиторы, которые оценивают соблюдение параметров кредитной политики, а также дают заключения о ее эффективности; рейтинговые агентства, информирующие общественность о скрытых рисках.

Исследование результатов эффективности проводимой кредитной политики в КБ «Ренессанс Кредит» показало, что банк, один из лидирующих

банков сектора потребительского кредитования в России, предлагает физическим лицам потребительские кредиты, банковские карты, вклады и другие услуги.

Отметим, что в 2014 году Рейтинговое агентство Standard & Poor's подтвердило долгосрочный рейтинг «Ренессанс Кредит» на уровне «В». Несмотря на понижение в январе суверенного рейтинга страны, причиной которого стала сложная макроэкономическая обстановка, и последующие аналогичные рейтинговые действия в отношении многих российских компаний, долгосрочный рейтинг «Ренессанс Кредит» был оставлен без изменений. Рейтинг банка по национальной шкале установлен на уровне «ruBBB+». Подтверждение рейтинга «Ренессанс Кредит» агентством S&P свидетельствует о финансовой устойчивости банка, его надежности, кредитоспособности и готовности к исполнению своих обязательств перед инвесторами и кредиторами.

Кредитный портфель составил 74,5 млрд. руб., увеличившись за год на 44%. Сбалансированности кредитного портфель банк добился оптимальным соотношением различных видов кредитных продуктов в портфеле. Целевые кредиты обеспечивают значительный приток новых клиентов. Преимущественная доля высокомаржинальных продуктов – кредитов наличными и кредитных карт – обеспечивает высокую доходность портфеля.

Анализ кредитного портфеля КБ «Ренессанс Кредит» позволил выявить, что за исследуемый период значительно сократилась доля автокредитов в общем портфеле кредитов (с 0,8% до 0,2%).

В рамках совершенствования формирования эффективной кредитной политики и снижения риска беззалогового кредитования для КБ «Ренессанс Кредит» можно предложить обратить пристальное внимание на развитие автокредитование.

Ожидаемые результаты: мероприятия должны охватить значительную аудиторию жителей города и района, повысить уровень информированности о



данном продукте, увеличить спрос на продукт. Одним из критериев эффективности мероприятий будет повышение информированности граждан, увеличение количества автокредитов, выданных в КБ «Ренессанс Кредит».

Предложенный и экономически рассчитанный автором проект продвижения автокредитования для КБ «Ренессанс Кредит» высокорентабельный (практически 70%) и может принести значительную прибыль.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон РФ от 02. 12. 1990 г. N395-1.- Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

2. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России): Федеральный закон РФ от 10. 07. 2002 г. N 86-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. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон РФ от 27. 07. 2006 г. N149-ФЗ. - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

5. О защите конкуренции: Федеральный закон РФ от 26.07. 2006 г. N 135-ФЗ. -Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

6. Ачкасов, А.И. Активные операции коммерческих банков / Под ред. А.П.Носко. – М.: Консалтбанкир, 2013.– 340 с.

7. Белоглазова, Г.Н. Банковское дело: учебник для вузов – М.: Финансы и статистика, 2010. – 591 с.

8. Белоглазова Г. Н. Деньги. Кредит. Банки: Учебник. / Под ред. Г. Н. Белоглазовой– М.: Высшее образование, 2009. – 392 с.

9. Банковская система в современной экономике/ Под ред. проф. О.И. Лаврушина. М.: КноРус, 2011. – 220 с.

10. Банковские операции /Авт. кол.: О.И. Лаврушин, Ю.П. Савинский, Р.Г. Ольхова, И.Д. Мамонова и др. – М.: Инфра-М, 2010. – 396 с.
11. Жуков, Е.Ф. Банки и банковские операции - М.: ЮНИТИ, 2012. - 356 с.
- 12.Лаврушин О.И. Банковское дело: современная система кредитования: Учебное пособие. – М.: КноРус, 2014. – 320 с.
- 13.Коробов, Ю.А. Основы банковского дела - М.: ИНФРА-М, 2010. - 448 с.
- 14.Универсальный учебный экономический словарь / Под ред. О.Мамедова. - Ростов-на-Дону. Феникс, 2011. – 344с.
15. Костерина Т.М. Банковское дело: Учебно-практическое пособие. – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2009. – 360 с.
16. Кредитная экспансия и управление кредитом: Учебное пособие /Под. Ред. О.И.Лаврушина. – М.: КноРус, 2013. – 175 с.
17. Костяшкина О.Г. Кредитная политика коммерческого банка//Финансы и кредит, 2010.- № 17. – С. 63 – 65.
18. Купик Е.А. <http://kredity-rf.ru/o-kreditovanii/provedenie-sdelok.html> - Особенности проведения кредитных сделок.
19. Кузнецов, С.В. Кредитный портфель коммерческого банка и оценка его качества // Банковские услуги. - 2010. - N 12. - С. 29–37.
20. Новосельцева, М. М. Вопросы кредитной политики коммерческих банков в современных условиях // Банковские услуги. - 2014. - N 2. - С. 11–17.
21. Роль кредита и модернизация деятельности банков в сфере кредитования /Под. Ред. О.И.Лаврушина. – М.: КноРус, 2012. – 179 с.
22. Стародубцева Е.Б. Основы банковского дела. – М.: ФОРУМ: Инфра-М, 2011.- 330 с.
23. Стресс - тестирование управления кредитным риском. Гаврилина А.В. //Банковское дело 2011. №8. - С.44.- 48.

24. Тютюнник, А.В. Российская банковская система после кризиса[Текст]/ А.В. Тютюнник// Банковское обозрение. - 2012.- N 5. - С.17–23.
25. Шевчук Ю.А., Мельникова А.И. Эффективное управление рисками // Банковское обозрение. 2012. №1. - С. 24.- 26.
- 26.Рейтинговое агентство Ра – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru>
- 27.Центральный Банк Российской Федерации.Режим доступа:<http://www.cbr.ru>
28. Банки ру. Кредитная политика коммерческого банка. Режим доступа:[http://www.banki.ru/wikibank/kreditnaya\\_politika\\_bank/](http://www.banki.ru/wikibank/kreditnaya_politika_bank/)
29. Банкирша.ком. Режим доступа: <http://www.bankirsha.com>
30. Банк Ренессанс кредит. Режим доступа -<http://rencredit.ru>
31. Национальное Бюро кредитных историй. Режим доступа:<http://www.nbki.ru/>
32. Эксперт Урала. Режим доступа:<http://www.expert-ural.com>
33. Кредитов. Режим доступа:<http://www.kreditov.ru>
34. Кредиторус. Рус. Режим доступа:<http://www.creditorus.ru>

## ПРИЛОЖЕНИЕ



### Стратегия «Ренессанс Кредит» до 2016 года

В среднесрочной перспективе «Ренессанс Кредит» сохранит ориентацию на высокодоходный бизнес розничного потребительского кредитования и формирование портфеля активов высокого качества.

Стратегия развития «Ренессанс Кредит» предусматривает эволюционную модель органического роста, дополненного рядом инноваций, включая:

- Проактивное развитие интернет и иных новых каналов привлечения клиентов;
- Индивидуальный подход к различным клиентским сегментам с точки зрения рисков, каналов и продуктов;
- Развитие новых продуктов и сервисов для снижения стоимости средств и удержания клиентов (текущие счета, многофункциональный интернет-банк, дифференцированные продуктовые предложения в зависимости от регионов);
- Развитие партнерских отношений с владельцами крупных каналов клиентского трафика (Связной, Евросеть и другие);

что позволит существенно улучшить результаты деятельности и качество портфеля.

В отличие от докризисной стратегии, когда Банк был сфокусирован на росте доли рынка и объема продаж, теперь ключом к успеху считается достижение высоких показателей рентабельности капитала, рост прибыльности каждого продукта и капитализации.

Ключевые цели Банка до конца 2016 года:

- Рост кредитного портфеля в пределах ожидаемого роста рынка — на 10—20% в год;
- Сохранение продуктовой структуры портфеля с акцентом на повышение его доходности и снижение стоимости риска;
- Дальнейшая диверсификация базы фондирования, контроль стоимости:
  - Стабилизация доли розничных депозитов на уровне 60%—65% от совокупной базы фондирования Банка;
  - Повышение устойчивости розничной депозитной базы за счет снижения доли VIP депозитов и внедрения дополнительных сервисов для депозитных клиентов;
  - Развитие корпоративных депозитов;
  - Эффективное использование заимствований на рынках капитала с фокусом на рублевое фондирование на российском рынке.
- Жесткий контроль над затратами, повышение операционной эффективности деятельности Банка за счет оптимизации бизнес-процессов;
- Сбалансированное развитие сети продаж, основывающееся на следующих приоритетах:
  - Оптимизация покрытия целевой территории полнофункциональными отделениями;
  - Постепенное развитие сети в регионах, открытие низкозатратных отделений легкого формата для обеспечения покрытия целевой аудитории;
  - Развитие курьерского канала оформления документов для обслуживания растущего потока клиентов из интернета;

- Новый формат отделений: «Универсальный POS» — киоск финансовых продуктов, размещаемый в торговых центрах с большим клиентским потоком и продающий все ключевые продукты, востребованные в данной локации: кредиты на покупки товаров и услуг, кредиты наличными, кредитные карты;
- Постоянная работа над повышением эффективности традиционных точек продаж кредитов на покупку товаров и услуг.
- Установка банкоматов в отделениях для снятия загрузки операционистов простыми операциями;
- Развитие лучших практик в части управления рисками кредитного портфеля;
- Обеспечение масштабируемости IT-систем Банка при сохранении их стабильности.

Банк сохранит свое присутствие в наиболее доходных сегментах потребительского кредитования — нецелевом, целевом кредитовании, а также в сегменте кредитных карт.

В части развития продуктового направления «Ренессанс Кредит» сфокусируется на следующих задачах:

- В целевом кредитовании Банк продолжит работу с крупнейшими федеральными розничными сетями, постепенно увеличивая долю локальных партнерских сетей в регионах и ориентируясь, в первую очередь, на работу в высокомаржинальных сегментах рынка целевых кредитов.
- В нецелевом кредитовании «Ренессанс Кредит» нарастит долю продаж новым клиентам, в том числе через развитие интернет-канала и других новых каналов привлечения клиентов при сохранении высокого качества кредитного портфеля. Также важными задачами являются повышение отклика на кросс-продажи, внедрение индивидуального подхода к различным таргетированным сегментам с точки зрения рисков, каналов и продуктов, разработка технологий, которые улучшат удержание клиентов.
- В сегменте кредитных карт Банк нацелен на развитие линейки клиентоориентированных продуктов с привлекательной системой лояльности, диверсификацию каналов привлечения новых клиентов, в т.ч. используя интернет, курьерскую доставку и партнерства. Кредитные карты будут продолжать оставаться самым высокомаржинальным продуктом Банка.