

УДК 336.71/.77

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ВТБ24»

Чен Ю.А., Дробаха А.А., Бондаренко Т.Н., Самсонова И.А.

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», Владивосток, e-mail: tatyana.bondarenko@vvsu.ru

На современном этапе развития банковской системы потребителю кредитованию физических лиц отводится большая роль. Потребительские кредиты составляют большую часть активов коммерческих банков и выступают первым источником дополнительных доходов. Статья посвящена путям совершенствования потребительского кредитования в ПАО «ВТБ24». Цель статьи – исследовать проблемы банка в сфере потребительского кредитования и найти пути их решения. В статье раскрываются теоретические основы потребительского кредитования и проводится анализ статистических данных ПАО «ВТБ 24». Источником данных для анализа послужила отчетность ПАО «ВТБ24». На основе имеющихся данных была рассмотрена динамика изменения ситуации с кредитованием в абсолютном и процентном соотношении. На основе полученных результатов удалось выявить проблемы развития потребительского кредитования и пути их решения в ПАО «ВТБ 24».

Ключевые слова: потребительское кредитование, виды кредитования, кредитные программы, организация потребительского кредитования, кредитные продукты, коммерческий банк, банк ВТБ24

DEVELOPMENT OF THE CONSUMER CREDITING SYSTEM ON THE EXAMPLE OF PAO «VTB 24» BANK

Chen Y.A., Drobakha A.A., Bondarenko T.N., Samsonova I.A.

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, e-mail: tatyana.bondarenko@vvsu.ru

Nowadays development level of the banking system consumer crediting to individuals plays a big role. Consumer loans make up a large part of the assets of commercial banks and are the first source of additional income. The article is devoted to ways of improving the consumer crediting in PAO «VTB 24». The article aims to explore the bank problems in consumer crediting sphere, and find solutions to them. The article describes the theoretical foundations of consumer crediting and analyzes the statistical data of PAO «VTB 24». The source of the data for analysis was the reporting of the PAO «VTB 24». Based on the available data, the dynamics of changes in the situation with loans in absolute and percentage terms was considered. Based on the results obtained, it was possible to identify the problems of consumer lending development and ways of their solution in PAO «VTB 24».

Keywords: consumer crediting, types of crediting, loan programs, organizing of consumer crediting, credit products, commercial bank, VTB 24 bank

Исследованию проблем развития потребительского кредитования в России уделено достаточное внимание в научных трудах и в источниках специализированной информации.

Вместе с тем, вопрос совершенствования потребительского кредитования требует дальнейшего комплексного изучения. В научной литературе в должной мере не изложен микроэкономический аспект проблемы, что обусловило необходимость проведения исследования рынка потребительского кредита в направлении анализа современного уровня его развития и факторов, оказывающих воздействие на этот процесс, оценки его динамики.

В связи с этим, проблемы развития рынка потребительского кредитования в России и политику действия коммерческих банков на данном рынке нельзя отнести к разряду решенных, как на практическом, так и на теоретическом уровнях. Это обуславливает необходимость дальнейших исследований в указанном направлении.

Потребительское кредитование в действительности считают одной из наиболее востребованных среди населения банковских услуг. Как пишут в своей статье «Роль маркетинговых стратегий в организации работы коммерческого банка с клиентами» Бондаренко Т.Н. и Скоробогатова А.А., «Банковская услуга – это конкретная, регламентированная деятельность кредитного учреждения, осуществляемая по поручению и в интересах клиента с целью удовлетворения его потребностей в банковском обслуживании с целью покупки валюты, расчетно-кассовом обслуживании или получении заемных средств» [5].

Доступность и востребованность потребительского кредитования в том, что получить кредит может абсолютно каждый. Суть данного вида кредитования в выдаче некой ссуды со стороны банковского учреждения потребителю в соответствии с текущими тратами. По мнению Лёвкиной Е.В. и Шевченко О.Н., «Кредиты клиентам представляют собой основу формирования акти-

вов. Это одна из наиболее значимых статей баланса, на которой банк должен в наибольшей степени акцентировать свое внимание в процессе деятельности» [7].

В зависимости от назначения предстоящих расходов потребительские кредиты подразделяют на целевые и нецелевые.

Потребительские кредиты – это широкое понятие, объединяющее различные виды кредитов, предоставляемых частным лицам на потребительские нужды.

Всё чаще в обиходе потребительскими кредитами называются только те, которые предназначены для относительно недорогих покупок, например, бытовой техники. Иначе их называют «кредитами на товары и услуги». Стоимость таких займов у банков, как правило, высока, поскольку данные услуги предлагаются непосредственно в крупных магазинах. В качестве альтернативы можно использовать кредиты наличными – получать их нужно перед покупкой, на оформление уходит в среднем несколько дней. Зато ставка заметно ниже, чем у кредитов на товары и услуги. Однако, подавляющее большинство граждан не готовы ждать несколько дней, чтобы получить кредит наличными, т.к. оформление товарного кредита занимает в среднем полчаса.

Кредиторами по потребительскому кредитованию могут выступать банки, торговые организации, кредитные организации небанковского типа (кредитные кооперативы, ломбарды, кассы взаимопомощи), строительные общества, пункты проката, сами граждане, а также предприятия и организации, в которых работают граждане. Ведущее место на рынке потребительских кредитов занимают коммерческие банки.

В последнее время темпы роста потребительского кредитования заметно упали. Причинами спада можно назвать финансовый кризис, снижение заработка и закредитованность населения и сокрытие банками достоверной информации, в следствие чего обманутые заемщики отказываются от услуг банка, связанных с кредитованием. По мнению Кривошаповой С.В. и Непрокиной М.И., «Огромной проблемой как для заемщиков, так и для банков стало снижение курса рубля по отношению к ведущим мировым валютам. У российских коммерческих банков сейчас отсутствует возможность получать дешевые кредиты в западных банках, в связи с вводом санкций против России» [6].

Также еще одной причиной снижения темпов роста потребительского кредитования можно назвать снижение требований банка к заемщику, что повлияло на рост

просроченной задолженности. В российском законодательстве нет эффективных норм для борьбы с неплательщиками и взыскать долг достаточно сложно. Также повлиял и тот факт, что Банк России отозвал лицензии у многих банков и ужесточил требования к банкам резервирования по выдаваемым потребительским кредитам.

Потребительские кредиты в настоящее время прочно вошли в нашу жизнь, окончательно вытеснив дух накопительства. Большая часть населения больше не копит деньги, когда хочет купить нужную вещь или оплатить услугу, а просто обращается в банк и получает нужную сумму в долг. Этот способ решения жизненных проблем очень удобен, но, к сожалению, не бесплатен – за кредит приходится платить, и размер этих платежей существенно влияет на бюджет заемщика. Поэтому к вопросу выбора потребительского кредита нужно подходить очень серьезно, трезво оценивая собственные финансовые возможности.

Один из вариантов классификации потребительского кредитования представлен на рисунке 1.

Необходимость дальнейшего совершенствования института потребительского кредитования вызвана действием целого ряда факторов:

1. Потребительские кредиты относятся к категории «Дорогих», что отрицательно влияет как на темпы банковского кредитования, так и на рост экономики в целом.

2. Сложность процедуры оформления некоторых кредитных продуктов;

3. Существенная «бюрократизация» процессов кредитования и отсутствие «гибких» инструментов, позволяющих банку быстро реагировать на изменение запросов потребителей.

Темпы экономического роста зависят от многих факторов. Один из которых – дешевые кредитные ресурсы, обеспечивающие формирование платежеспособного спроса, а следовательно, и рост экономики.

Не стоит забывать, что потребительский кредит в банковских структурах относится к наиболее прибыльной категории кредитов, которые выдает банк. Тем самым, потребительское кредитование является одним из наиболее рискованных и дорогостоящих видов банковских услуг. Поэтому банковское управление потребительскими кредитами должно осуществляться планомерно, вдумчиво, с учетом всех действующих факторов.

Таким образом, совершенствование потребительского кредитования в России в равной степени важно как для банков, так и для заемщиков.



Классификация потребительских кредитов

Таблица 1

Основные характеристики потребительских кредитов (наличными)
ПАО ВТБ 24 на 01.01.2017

Название	Сумма	Ставка	Срок
«Крупный»	от 400000 руб. до 3 млн руб.	16,5%	От 6 мес до 5 лет
«Удобный»	От 100000 руб. до 399999 руб.	От 17%	От 6 мес до 5 лет
«Ипотечный бонус» (для клиентов с действующей ипотекой)	от 400000 руб. до 3 млн руб.	14,5%	От 6 мес до 5 лет

Вопрос о совершенствовании потребительского кредитования актуален и для ПАО ВТБ 24. Банку необходимо наладить свою кредитную политику таким образом, чтобы привлечь новых кредитоспособных клиентов и не потерять старых. Тем самым увеличив оборот выдаваемых потребительских кредитов и улучшив показатели доходности банковских операций. Также банку необходимо снизить свои риски, оградив себя от риска неплатежей.

Международная финансовая группа ВТБ прочно закрепилась на российском рынке банковских услуг. Интересы группы представляет банк – ПАО ВТБ 24. Финансовая структура ПАО ВТБ 24 специализируется на розничном направлении банковских продуктов. Основная работа направлена на обслуживание частных лиц, предпринимателей и малый бизнес.

Продвигаемые банком ПАО ВТБ 24 финансовые продукты, отвечают критериям международных финансовых отношений.

В линейке предложений одно из доминирующих мест занимает потребительское кредитование.

Основные характеристики потребительских кредитов наличными ПАО ВТБ 24 представлены в табл. 1.

ПАО ВТБ 24 предоставляет потребительские кредиты наличными на срок от 6 месяцев до 5 лет. Кредитные продукты отличаются суммой, выдаваемой в кредит и процентной ставкой. Чем больше сумма кредита, тем меньше процентная ставка.

Для клиентов с действующей ипотекой предлагается продукт «Ипотечный бонус». Данный кредит является целевым, денежные средства можно потратить на ремонт квартиры или покупку мебели и бытовой техники.

Основные характеристики кредитных карт ПАО ВТБ 24 представлены в табл. 2.

Выбор кредитной карты во многом зависит от потребностей, которые стоят перед заемщиком. У банка есть предло-

жения, которые будут актуальны для путешественников, так как предоставляют скидки на обслуживание. Есть кредитные карты с возможностью получения частичного возмещения от покупок, совершенных с их помощью. Имеются в наличии карты премиального уровня и мгновенные карты для заемщиков-участников зарплатных проектов.

Основные характеристики автокредитования ПАО ВТБ 24 представлены в табл. 3.

В банке присутствует множество программ кредитования с разными производителями и автомобильными дилерами. Заемщик может выбрать кредитный продукт в зависимости от срока кредитования, процентной ставки и от состояния автомобиля (новый или поддержанный, отечественный или иностранный).

4. Корпоративная программа. Займы для сотрудников аффилированных компаний и организаций-клиентов ПАО ВТБ 24. (клиентов, получающих заработную плату на карту ПАО ВТБ 24)

Данная программа разработана для сотрудников, участвующих в корпоративной программе банка, для которых существуют особые условия обслуживания. По корпоративной программе потребительский кредит наличными выдается под льготную процентную ставку 16% годовых на сумму до 5 млн. руб. на срок до 5 лет.

Также у зарплатных клиентов есть возможность оформить кредитную карту с бонусными опциями (бесплатное обслуживание, cash back) и автокредит по минимальной процентной ставке 6,7% годовых на сумму до 2 млн. руб. на новый автомобиль марки Kia и Hyundai.

Получить представление о тенденциях развития потребительского кредитования в ВТБ 24 можно, проанализировав статистические данные о потребительском кредитовании банка ПАО ВТБ 24 на примере РОО «Владивостокский».

В табл. 4 мы видим увеличение выдаваемых потребительских кредитов РОО «Владивостокский» за 2015-2016 гг. Общая сумма выданных потребительских кредитов наличными увеличилась с 725147 тыс. руб. до 1670071 тыс. руб. или более, чем в 2 раза за 2015-2016 гг. Общая сумма выданных потребительских кредитов возросла с 2577007 тыс. руб. до 5754623 тыс. руб. за 2015-2016 гг. В то же время, количество выданных потребительских корпоративных кредитов увеличилось за период 2015-2016 гг. с 5931 тыс. руб. до 10411 тыс. руб. Это означает то, что банк ПАО ВТБ 24 на территории Приморского края значительно увеличил базу корпоративных компаний, состоящих на зарплатных проектах по критериям численности и объемов кредитования.

Таблица 2

Основные характеристики потребительских кредитов (кредитные карты)
ПАО ВТБ 24 на 01. 01.2017

Кредитные карты	Лимит	Ставка	Льготный период
Классические	До 299999 руб.	28%	50 дней
Золотые	До 750000 руб.	26%	50 дней
Платиновые	До 1 млн. руб.	22%	50 дней

Таблица 3

Основные характеристики потребительских кредитов (автокредиты)
ПАО ВТБ 24 на 01.01.2017

Автокредиты	Сумма	Ставка	Срок
«Авгостандарт»	от 150 тыс. до 5 млн руб. для новых автомобилей; от 150 тыс. до 3 млн руб. для подержанных иностранных автомобилей; от 150 тыс. до 800 тыс. руб. для подержанных отечественных автомобилей;	14,9-18%	от 1 до 7 лет для новых автомобилей от 1 до 5 лет для подержанных автомобилей
«Автолайт»	от 100 тыс. до 2,8 млн руб. для новых автомобилей; от 100 тыс. до 3 млн руб. для подержанных иностранных; от 100 тыс. до 800 тыс. руб. для подержанных отечественных.	15,9-18%	От 1 до 5 лет
«Автоэкспресс»	От 100 тыс. руб. до 1,5 млн руб.	16,9-18%	От 1 до 5 лет

Таблица 4

Анализ статистических данных о потребительском кредитовании банка ПАО ВТБ 24 на примере РОО «Владивостокский», в тысячах рублей

Показатель	2016 г.	2015 г.	Абсолютное изменение	(%)
Потребительские кредиты наличными	1670071	725147	944924	230,3
Потребительские кредиты	5754623	2577007	3177616	223,3
Потребительские кредиты выдачи (Корпоративные ПК), шт.	10411	5931	4480	175,5
Потребительские кредиты, шт.	14998	7865	7133	190,7

Количество всех выданных потребительских кредитов увеличилось за период 2015-2016 гг. с 7865 до 14998 штук. В целом динамика в сфере потребительского кредитования положительна, как по объему выданных кредитов, так и по количеству. Это позволило РОО «Владивостокский» увеличить долю рынка потребительских кредитов Приморского края с 11% до 13%.

В целях совершенствования потребительского кредитования физических лиц является целесообразным в ближайшей перспективе доработать и вывести на рынок два кредитных продукта:

В заключении следует отметить, что в целом динамика потребительского кредитования положительна и в России, в ПАО ВТБ 24. Количество выдаваемых кредитов увеличивается, и это означает, что растет заинтересованность в потребительских кредитах среди населения.

Но также растет и количество невозвращаемых кредитов.

По нашему мнению, для увеличения оформлений потребительских кредитов банку ВТБ 24 (ПАО) следует лучше отслеживать спрос на рынке, предлагать новые и современные продукты. Те потребительские кредиты, которые будут интересны клиентам.

Для совершенствования системы потребительского кредитования в ПАО ВТБ 24, мы предлагаем проводить лекции, консультации для населения. На этих лекциях

банковские сотрудники смогут рассказать о продуктах банка, проконсультировать клиентов, ответить на все интересующие вопросы. Это позволит привлечь много потенциальных клиентов. А так же, это повысит финансовую грамотность населения, и будет способствовать снижению количества проблемных кредитов.

Список литературы

1. Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 N353 [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155986/.
2. Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева [и др.] ; под ред. О.И. Лаврушина. – 12-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2016. – 800 с.
3. Классификация и виды потребительских кредитов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://creditzz.ru/fizicheskim-licam/potrebitelskij-kredit/vidy-potrebitelskogo-kredita.html>.
4. Информация о банке [Электронный ресурс] // «ВТБ «24»: официал. сайт -Режим доступа: <https://www.vtb24.ru/about/#facts>.
5. Бондаренко Т.Н., Скоробогатова А.А. Роль маркетинговых стратегий в организации работы коммерческого банка с клиентами // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3-3. – С. 419-423.
6. Кривошапова С.В., Непрокина М.И. Роль и значение ипотечного кредитования в социальной политике Российской Федерации // Вектор науки Тольяттинского Государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2016. – № 2 (25). – С. 50-55.
7. Левкина Е.В., Шевченко О.Н. Оценка управления активами и пассивами в коммерческом банке (на примере ОАО АКБ «Приморье») // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 8-1. – С. 47-56.