

Пресс-релиз

Основные итоги деятельности Народного банка за 2007 год

Алматы, 5 февраля 2008 года - Председатель Правления Народного банка Григорий Марченко объявил предварительные неаудированные консолидированные итоги деятельности Банка за год, закончившийся 31 декабря 2007 года. Финансовые результаты подготовлены в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).

Григорий Марченко: *«Народный банк и его финансовая группа довольны результатами своей деятельности в 2007 году. Несмотря на финансовые корректировки, которые имеют место с августа прошлого года, Народный банк продолжает успешно работать во благо своих клиентов и акционеров. Журнал «Eurotop.eu» присудил нашему банку награду «Лидирующий банк в корпоративном управлении среди финансовых рынков стран с развивающейся экономикой». На днях Народный банк получил разрешение на создание дочерних банков в Грузии и Монголии.*

Согласно стратегии развития Halyk Group на 2008-2010 годы основная задача финансовой группы - это дальнейшее развитие ориентированной на интересы клиентов региональной финансовой группы, которая предоставляет в Казахстане и соседних странах услуги на всех сегментах финансового рынка (банковском, страховом, пенсионном, ценных бумаг, лизинговом), высоко ценит свою репутацию, работает по европейским стандартам, эффективно использует свой капитал и человеческие ресурсы».

- Чистый доход Банка увеличился на 49 процентов с 27,2 млрд. тенге в 2006 году до 40,5 млрд. тенге в 2007 году.
- Основным фактором роста чистого дохода в 2007 году явился рост чистого процентного дохода до отчисления в резервы на обесценение, который вырос на 53 процента в 2007 году
- Чистая процентная маржа составила 6.7 процентов в 2007 году
- Отношение операционных расходов к операционному доходу до отчислений в резервы на обесценение (cost-to-income ratio) сократилось с 39,7 процентов в 2006 году до 34,9 процентов в 2007 году
- Займы клиентам нетто увеличились на 74 процента до 1040,3 млрд. тенге в 2007 году
- Общие активы выросли на 61 процент до 1595,5 млрд. тенге в 2007 году
- Вклады физических лиц увеличились на 70 процентов с 209,9 млрд. тенге в 2006 году до 357,4 млрд. тенге в 2007 году
- Средства клиентов выросли на 56 процентов до 935,1 млрд. тенге в 2007 году
- Капитал Банка вырос на 33 процента с 120,6 млрд. тенге в 2006 году до 160,8 млрд. тенге в 2007 году
- Соотношение займов клиентам к средствам клиентов в Банке выросло с 1,00х на конец 2006 года до 1,11х на конец 2007 года
- Соотношение ликвидных активов к общим активам было на уровне 31,2 процента по состоянию на конец 2007 года
- ROAA (возврат на средние активы) составил 3,2 процента годовых, ROAE (возврат на средний собственный капитал) – 32,8 процентов годовых
- Согласно данным, опубликованным в Статистическом Сборнике Национального Банка Республики Казахстан, рыночные доли Народного банка среди отечественных БВУ на 30 ноября 2007 года по активам составили 12,7%, по депозитам – 21,3%, по розничным депозитам – 24,9%, по чистой прибыли – 17,1%.

Информационная справка

Ключевые события 2007 года

- Январь – запуск первой VIP-карточки Visa Infinite;
- Февраль - первой казахстанской карточке Altyn, выпущенной Народным банком исполнилось 10 лет;
- Март - Народный банк организовал работу ИТ-подразделений по стандартам CobIT и ITIL;
- Март - Народный банк первым среди отечественных БВУ запустил услугу «Visa to visa 24/7»;
- Март - Халык банк провел 1-й Республиканский съезд начальников районных управлений Банка;
- Март - Народный банк и Morgan Stanley заключили первый процентный своп в тенге;
- Май – Народный банк начал реализацию проекта «Народные студенты» для выпускников подшефных детских учреждений. Цель проекта – обеспечение детей-сирот высшим экономическим образованием;
- Май – Халык банк удачно разместил десятилетние международные облигации на сумму 700 млн. долларов США. Данное размещение было крупнейшим для банка. Ставка полугодового купона составила 7,25% годовых;
- Май – Народный банк привлек синдицированный займ на сумму 400 млн. долларов США сроком на 2 года. Процентная ставка составила 30 базисных пунктов сверх ставки LIBOR за первые два года с увеличением до 70 базисных пунктов за третий год при использовании опции пролонгации;
- Май - Halyk Group и акимат Восточного Казахстана подписали Меморандум о взаимном сотрудничестве. Народный банк выделил 10 млн тенге для развития г.Усть-Каменогорска;
- Июнь – Народный банк провел третий республиканский турнир по баскетболу «Кубок надежды – 2007» среди воспитанников детских домов, курируемых Банком;
- Июнь - Народный банк первым среди отечественных БВУ внедрил SAP;
- Июнь - по версии международного издания «The Asian Banker» Народный банк был признан «Лучшим Розничным Банком в Центральной Азии 2007г.»;
- Сентябрь - Банк зарегистрировал в АФН свою третью облигационную программу на общую сумму 200 млрд тенге, в рамках которой в октябре 2007 года Банк выпустил субординированные облигации, деноминированные в тенге, на сумму 10 млрд тенге, сроком обращения 10 лет с купоном 11 процентов. Основными держателями облигаций являются пенсионные фонды и компании по управлению активами;
- Октябрь - Банк привлек синдицированный займ на сумму 300 млн долларов США сроком на 3 года от синдиката зарубежных банков. Маржа составила 40 базисных пунктов сверх ставки LIBOR;
- Ноябрь - количество клиентов самого востребованного сервиса удаленного банкинга в стране - мобильного банкинга достиг двухсоттысячного клиента;
- Ноябрь – корпоративный сайт Народного банка www.halykbank.kz в национальном интернет - конкурсе Award.kz занял 1-ое место в номинации «Лучший сайт на государственном языке» и 2-ое место в номинации «Корпоративные сайты»;
- Ноябрь – система интернет – банкинг для физических лиц Народного банка www.mybank.kz признана «лучшей электронной услугой 2007 года» в рамках республиканского конкурса «Инициативы Е-Правительства -2007»;
- Народный банк прокредитовал важные объекты Казахстана и России как первый транспортно-логистический центр, различные заводы, торговый комплекс и др.

Консолидированный бухгалтерский баланс

	По состоянию на				Изменение		
	31-дек-07 (не аудирован о)	30-сент- 07 ¹ (пересмот рено) (в млн.тенге)	31-дек-06 ² (аудирован ный)	31-дек-05 ² (аудирован ный)	2007/06	3Q07/УЕ0 6 (%)	2006/05
АКТИВЫ							
Деньги и их эквиваленты	247,855	172,744	127,799	57,102	94	35	124
Обязательные резервы	87,268	80,814	55,106	8,632	58	47	538
Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через отчет о доходах и расходах	44,596	48,033	53,016	50,018	(16)	(9)	6
Средства в кредитных учреждениях	10,789	4,974	2,049	2,777	427	143	(26)
Инвестиционные ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи	107,839	144,518	123,339	12,099	(13)	17	919
Займы клиентам	1,040,273	905,102	596,216	411,097	74	52	45
Основные средства и нематериальные активы	29,919	24,918	21,215	11,722	41	17	81
Страховые активы	3,886	5,666	5,626	-	(31)	1	-
Прочие активы	23,046	21,229	6,993	6,218	230	204	12
ИТОГО АКТИВОВ	1,595,471	1,407,998	991,359	559,665	61	42	77
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА							
Средства клиентов	248,002	222,167	118,719	107,284	109	87	11
Средства кредитных учреждений	935,133	767,169	597,935	323,515	56	28	85
Выпущенные долговые ценные бумаги	224,492	239,853	134,413	58,814	67	78	129
Резервы	1,875	1,284	3,021	2,280	(38)	(57)	33
Отсроченные налоговые обязательства	3,809	2,645	2,530	425	51	5	495
Страховые обязательства	7,389	8,827	7,535	-	(2)	17	-
Прочие обязательства	13,928	13,112	6,579	2,903	112	99	127
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВ	1,434,628	1,255,057	870,732	495,221	65	44	76
КАПИТАЛ							
Уставный капитал	65,476	65,483	60,684	29,016	8	8	109
Резерв премии по акциям	2,001	2,001	2,183	2,192	(8)	(8)	-
Выкупленные собственные акции	(42)	(42)	(38)	(16)	11	11	138
Нераспределенный доход и прочие резервы	92,053	84,498	56,736	32,806	62	49	73
Доля меньшинства	1,355	1,001	1,062	446	28	(6)	138
ИТОГО КАПИТАЛ	160,843	152,941	120,627	64,444	33	27	87
ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВ И КАПИТАЛ	1,595,471	1,407,998	991,359	559,665	61	42	77

Консолидированный отчет о доходах и расходах

	За период закончившийся				Изменение	
	31-дек-07 (не аудировано)	30-сент-07 (пересмотрено)	31-дек-06 (аудированный)	31-дек-05 (аудированный)	2007/06	2006/05
	(в млн.тенге)				(%)	
Доходы, связанные с получением вознаграждения	132,566	89,331	80,647	52,385	64	54
Расходы, связанные с выплатой вознаграждения	(61,565)	(39,706)	(34,184)	(21,156)	80	62
Чистый доход, связанный с получением	71,001	49,625	46,463	31,229	53	49

¹ Данные из пересмотренной финансовой отчетности за 9 месяцев, закончившихся 30 сентября 2007

² Данные из аудированной консолидированной финансовой отчетности за 3 года

вознаграждения до отчислений в резервы на обесценение						
Отчисления в резервы на обесценение	(22,107)	(13,481)	(8,331)	(11,970)	165	(30)
Чистый доход, связанный с получением вознаграждения	48,894	36,144	38,132	19,259	28	98
Чистые комиссионные и сборы	23,906	16,504	21,135	15,248	13	39
Доходы, не связанные с получением вознаграждения	17,265	14,798	5,305	4,419	225	20
Расходы, не связанные с выплатой вознаграждения	(39,143)	(24,689)	(28,971)	(19,559)	35	48
Доход до учета расходов по подоходному налогу	50,922	42,757	35,601	19,367	43	84
Расходы по подоходному налогу	(10,438)	(10,313)	(8,442)	(3,539)	24	139
Чистый доход после уплаты подоходного налога	40,484	32,444	27,159	15,828	49	72
Доля меньшинства в чистом доходе	(428)	(239)	(500)	(200)	(14)	150
Чистый доход, причитающийся акционерам материнской компании	40,056	32,205	26,659	15,628	50	71

ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ И ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

	По состоянию на			
	31-дек-07	30-сент-07	31-дек-06	31-дек-05
Депозиты клиентов / итого обязательств	65.2%	61.1%	68.7%	65.3%
Соотношение займов клиентам к средствам клиентов	1.11x	1.18x	1.00x	1.27x
Ликвидные активы/ итого активов	31.2%	32.0%	36.4%	23.3%
Провизии / итого кредиты брутто	5.2%	5.0%	5.3%	5.9%
Коэффициент достаточности капитала 1 уровня (в соответствии с требованиями АФН)	9.0% ¹	7.9%	9.5%	8.5%
Коэффициент достаточности капитала 2 уровня (в соответствии с требованиями АФН)	11.9% ¹	12.9%	16.6%	15.7%
Количество филиалов и отделений	670	665	617	578
Количество банкоматов	1,166	998	697	585
Количество POS-терминалов	3,375	3,245	2,851	1,976

	На период закончившийся			
	31-дек-07	30-сент-07	31-дек-06	31-дек-05
Коэффициент эффективности затрат (cost-to-income)	34.9%	30.5%	39.7%	38.4%
Возврат на средний собственный капитал (ROAE)	32.8%	38.2% ¹	43.3%	38.5%
Возврат на средние активы (ROAA)	3.2%	3.8%	3.5%	3.0%
Чистая процентная маржа	6.7%	6.8%	7.0%	6.9%
Чистый процентный спред	6.7%	6.8%	6.8%	6.7%

¹ годовых

Спонсорская и благотворительная деятельность Народного банка

АО «Народный банк Казахстана» рассматривает корпоративную ответственность и правильное ведение социальной политики как одно из важнейших условий успешного развития бизнеса в долгосрочной перспективе.

Утвердив программу оказания благотворительной помощи, банк, тем самым, взял на себя ответственность поддерживать детей, которые волею судьбы остались без родительской опеки. Комплексный подход к данной проблеме взят за основу разработки проектов по трем направлениям: компьютерное обучение, спорт и высшее образование.

Согласно подписанному соглашению между Программой развития ООН и АО «Народный Банк Казахстана» в течение 2006-2007 учебного года в Казахстане реализовывалась программа «Народные технологии для детей» по обучению детей компьютерным навыкам. По итогам реализации программы на базе 18 подшефных детских домов и школ-интернатов были открыты технически-оснащенные учебные центры, подготовлено 18 тренеров для работы в этих центрах, по 2-х уровневой методике обучено 982 школьника в возрасте 12-15 лет. Теперь школьники детских учреждений будут иметь возможность усилить свой потенциал за счет хороших навыков в области информационных технологий. Наличие технической базы и постоянный доступ к ней позволит и в дальнейшем совершенствовать навыки и получать новые знания. Общая сумма расходов по данному проекту составила 3,5 млн. тенге.

Уже на протяжении трех лет Банк финансирует социальный проект «Народная Лига» по созданию активного баскетбольного движения. Основной целью данного проекта является воспитание спортивного здорового поколения молодых казахстанцев, пропаганда здорового образа жизни и интересное использование досуга среди воспитанников подшефных детских домов и домов-интернатов. В рамках проекта было проведено оснащение детских учреждений спортивным инвентарем, экипировкой, подбор и оплата работы тренерского состава, а также проведение ежегодного турнира. Участниками «Народной лиги» стали мальчики 1992-1993 г.г. рождения из 14 областей Казахстана. Проект рассматривается как долгосрочный и изначально был рассчитан на период 2005 – 2008 г.г. Но в этом году руководство Банка приняло решение продлить проект «Народная лига» до 2010 года и привлечь к участию мальчиков 1993 – 1996 г.г. рождения. В течение всего учебного года участники проекта имеют возможность тренироваться под руководством профессиональных тренеров по баскетболу, итогом данных тренировок является ежегодный майский турнир «Кубок Надежды». В 2007 году команды собрались в санаторно-курортной зоне Боровое на третьем по счету Республиканском турнире «Кубок Надежды», который проходил в Республиканском учебно-оздоровительном центре «Балдаурен». В целом на проект «Народная лига» банком было выделено более 70 млн. тенге.

В сентябре 2007 года банк начал реализацию программы «Народные студенты» по оплате обучения лучших выпускников подшефных детских учреждений, курируемых банком, в экономических вузах страны и присуждении им стипендий имени Кожыхана Абенюва. Чтобы стать участниками программы «Народные студенты» выпускники должны были набрать проходной балл при сдаче ЕНТ и пройти конкурсный отбор. Основным условием выплаты стипендии им К.Абенюва является хороший показатель успеваемости студента. Размер ежемесячной стипендии составляет 10 000 тенге, причем если выпускник поступил на грант, то для него устанавливается стипендия в размере 15 000 тенге. Первыми участниками программы в этом году стали 19 воспитанников из 11 подшефных детских учреждений. Впоследствии стипендиаты будут проходить практику в банке и автоматически заносится в базу данных перспективного резерва.

В рамках утвержденного социального проекта «Марафон Победы» банком системно оказывается спонсорская помощь республиканской, областным и городским организациям ветеранов.

Банк, являясь активным членом общества, радует не только за жизнь и благополучие людей, но и заботится о стране, в которой трудятся его работники. Так, банк поставил одной из своих целей помощь областным центрам в благоустройстве городов и создании парков и аллей для отдыха. В 2007 году банком были выделены средства на благоустройство городов – Усть-Каменогорск и Экибастуз – на сумму 10,5 млн. тенге.

Следует также отметить, что ежегодно в банке проводятся благотворительные акции, приуроченные к 1 июня – Международному дню защиты детей, а также к Новому году. В акциях участвуют сотрудники Банка, которые вкладывают собственные средства для поздравления детей детских домов г. Алматы и Алматинской области.

В рамках активизации социальной ответственности Народного банка, 2007 год был ознаменован крупными благотворительными проектами. Бюджет оказанной благотворительной и спонсорской помощи составил более 112,5 млн. тенге.

СТРАТЕГИЯ ГРУППЫ АО «НАРОДНЫЙ БАНК КАЗАХСТАНА» на 2008-2010 годы

Основная задача – это дальнейшее развитие ориентированной на интересы клиентов региональной финансовой группы, которая предоставляет в Казахстане и соседних странах услуги на всех сегментах финансового рынка (банковском, страховом, пенсионном, ценных бумаг, лизинговом), высоко ценит свою репутацию, работает по европейским стандартам, эффективно использует свой капитал и человеческие ресурсы.

1. Клиенты

Группа будет предлагать свои услуги как юридическим, так и физическим лицам. Наряду с задачей удержания действующих клиентов за счет предоставления им услуг более высокого качества и расширения их перечня, группа будет привлекать новых клиентов, делая особый упор на малый и средний бизнес, небанковские финансовые услуги, молодежь и средний класс.

2. Диапазон продуктов и услуг

Группа будет стремиться предоставить своим клиентам максимально широкий набор финансовых продуктов через филиальную сеть Банка, его дочерние компании и через сеть своих стратегических партнеров. Группа будет внедрять новые продукты и услуги и намерена быть лидером в области финансовых инноваций в регионе.

3. География

Группа будет работать на финансовых рынках Казахстана, в регионах России, Центральной Азии, Грузии, Азербайджана, Монголии, Синьцзян-Уйгурского района Китая. Группа может выйти на рынки других стран, если этого потребуют интересы ее клиентов, самостоятельно или через своих стратегических партнеров.

4. Увеличение акционерной стоимости

Группа будет нацелена на увеличение акционерной стоимости. Получение высокой прибыли критически важно для обеспечения высоких темпов роста акционерной стоимости, увеличения капитала, привлечения и удержания наших лучших сотрудников. Для выравнивания интересов акционеров и сотрудников Группа будет поощрять владение акций сотрудниками.

5. Каналы продаж

Основным каналом продаж для группы в Казахстане являются филиалы и отделения «Народного Банка». На рынках других стран будут использоваться как дочерние компании группы, так и каналы стратегических партнеров группы.

6. Стандарты

Совместно со стратегическим партнером группа намерена до 1 января 2010 года полностью соответствовать стандартам ЕС в таких сферах, как управление рисками, информационные технологии, корпоративное управление и Базель 2.

7. Сотрудники

Наряду с капиталом и репутацией, сотрудники группы являются нашим основным активом. Мы будем прилагать максимальные усилия, чтобы находить и принимать на работу лучших специалистов. Группа будет предлагать сотрудникам разнообразный опыт работы и возможность роста быстрее, чем это возможно в большинстве других компаниях, работающих в финансовом секторе.

Основные задачи

(1) Используя крупнейшую филиальную сеть, узнаваемость имени и имидж «Народного банка», группа с дочерними компаниями должна по-прежнему позиционироваться как ведущая группа по работе с физическими лицами. Для этого необходимо:

- сконцентрироваться на сегментах, в которых у группы есть очевидное конкурентное преимущество (платежные карточки, зарплатные проекты, агентские услуги, банкоматы, мобильный банкинг, платежи и переводы) и внедрять в них новые продукты – Интернет-киоски, супербанкоматы и т.д.;
- создать эффективную систему перекрестных продаж комплексных финансовых услуг для того, чтобы по концепции «one stop shopping» через филиальную сеть Банка продавать одному клиенту в среднем 5 продуктов: платежные карточки, депозиты, потребительское или жилищное кредитование, (общее) страхование, продукты пенсионного фонда, паевые фонды, полисы страхования жизни;
- внедрить новые продукты, которых на данный момент нет у конкурентов, и за счет перекрестных продаж привлечь клиентов, которые недостаточно пользуются финансовыми услугами из-за отсутствия в Казахстане удобного и гибкого сервиса финансовых супермаркетов.

(2) С точки зрения обслуживания корпоративных клиентов необходимо укрепить позиции в корпоративном и инвестиционном банкинге. Целевой клиентской базой должны быть:

- крупнейшие клиенты, предприятия-экспортеры, для которых будут созданы условия обслуживания, сопоставимые с лучшими из тех, которые предлагаются сегодня ведущими местными и иностранными банками. Такие клиенты должны получать комплексное обслуживание на высшем уровне качества и с широким спектром финансовых услуг;
- необходимо обратить особое внимание на тех клиентов, которые сейчас не нуждаются в кредитах или могут фондироваться дешевле на других рынках, и предлагать им непроцентные и небанковские продукты группы;
- для укрепления клиентской базы в секторе малых и средних предприятий необходимо, как и в розничном банкинге, улучшить спектр услуг за счет перекрестных продаж и «one stop shopping».

(3) Благоприятная макроэкономическая ситуация и повышение благосостояния верхнего и среднего класса создают значительный спрос со стороны частных инвесторов на такие услуги как финансовое планирование и консультирование, инвестиции в финансовые и нефинансовые инструменты, услуги по управлению активами. Необходимо обеспечить лидерство в этом сегменте и максимально использовать и укрепить лидирующее положение дочернего пенсионного фонда.

Целевые показатели по развитию бизнеса на период 2008-2010 годы

- 1) Поддерживать позиции ведущей финансовой группы на рынке розничных услуг для населения. Главное – развивать дальше систему продаж, при которой население имело бы возможность получать консультации и приобретать в филиальной сети Банка широкий набор финансовых услуг.
- 2) Укрепить свои ведущие позиции на рынке управления активами (в широком смысле, включая пенсионный фонд, компанию по страхованию жизни, брокерские компании и инвестиционно-банковское подразделение внутри группы).
- 3) Добиться твердой первой позиции на рынке общего страхования.
- 4) Поддерживать долю рынка в финансировании строительства и покупки жилья (ипотеке), равную не менее 25%. Усилить взаимодействие с Жилстройсбербанком.

- 5) Завоевать или поддерживать не менее 20-25% по всем ключевым для группы сегментам финансовых рынков и не менее 50% по карточкам и по зарплатным проектам.
- 6) Стать ведущим банком на рынке кредитования малых и средних предприятий, придерживаясь концепции «разумного консерватизма».
- 7) Усилить позиции в секторе обслуживания крупных предприятий-экспортеров.
- 8) Развивать «Халык лизинг» как крупнейшую частную лизинговую компанию, в первую очередь для обслуживания потребностей клиентов по импорту оборудования.
- 9) Совместно со стратегическим партнером развить бизнес группы за пределами Казахстана и повысить долю зарубежного бизнеса до 30 % от общего объема. Построить бизнес по обслуживанию торговли (торговому финансированию) с Россией, особенно приграничной торговли.
- 10) Продолжить диверсификацию базы фондирования группы с одновременным удлинением сроков фондирования.
- 11) Обеспечивать возвратность на средний собственный капитал группы на консолидированной основе не менее 30% и на средние активы не менее 3% в год.

Основные задачи по развитию процессов в самой группе

- 1) Достроить систему ИТ, которая бы поддерживала расширение продаж через филиальную сеть, централизованный учет и систему управления рисками.
- 2) Развивать совместно со стратегическим партнером систему управления рисками, полностью соответствующую европейским стандартам.
- 3) Развивать систему мотивации и обучения персонала, обеспечивающую высокое качество обслуживания клиентов и продажи всего набора продуктов через филиальную сеть.
- 4) Развивать автоматизированную систему управления отношений с клиентами.
- 5) Развивать системы комплаенс и корпоративного управления, которые бы обеспечивала прозрачность решений органов управления, защиту прав акционеров группы и должный уровень раскрытия информации.
- 6) Поддерживать высокий уровень корпоративной социальной ответственности группы: а) путем своевременной и полной уплаты налогов; б) спонсированием целевых социальных программ, прежде всего по помощи детским домам.