

2012

Бизнес-план микрофинансовой организации

СКОЛЬКО МИКРОЗАЙМОВ ВЫДАЛИ МФО* , МЛРД РУБ.

Источник: НАУМИР

*входящие в НП «МиР»



Питер-Консалт

Питер-Консалт

01.07.2012

Оглавление

1. Резюме бизнес-плана микрофинансовой организации	3
1.1. Сущность предполагаемого проекта и место реализации	3
1.2. Эффективность реализации проекта	3
1.3. Предполагаемая форма и условия участия кредитной организации	4
1.4. Сопутствующие эффекты от реализации проекта	4
2. Инициатор проекта	4
3. Анализ рынка и концепция маркетинга	4
3.1. Определение основной идеи проекта	4
3.2. Спрос и рынок	4
3.2.1. Структура и характеристика рынка	4
3.2.2. Важнейшие проблемы и перспективы	5
3.3. Маркетинг	6
3.3.1. Концепция маркетинга, цели и стратегия	6
3.3.2. Ожидаемая конкуренция	6
3.3.3. Клиентская целевая группа	7
3.3.4. Стратегические партнёры и контрагенты	7
3.3.5. Маркетинговые цели	7
3.3.6. Тактика маркетинга	8
4. Материальные ресурсы	8
4.1. Источники финансирования	8
4.2. Помещения	8
4.3. Оборудование	8
5. Организация	8
5.1. Организационная структура	9
5.2. Штатное расписание	9
5.3. Календарное осуществление проекта	9
5.4. Общие издержки	9
6. Финансовый план	9
6.1. Бюджет доходов и расходов	9
6.2. Бюджет движения денежных средств	9
6.3. Прогнозный баланс	10
6.4. Объем инвестиций, источники финансирования	10
7. Оценка эффективности проекта	11
7.1. Расчет финансовых показателей	11
7.2. Расчет показателей эффективности	12
7.3. Определение точки безубыточности	12
8. Анализ основных видов рисков	13
8.1. Организационный и управленческий риск	13
8.2. Финансовый риск	13
8.3. Экономические риски	13
Приложение 1. Мониторинг рынка за 1 квартал 2012 года	14
Приложение 2. Данные по сайтам конкурентов	16

1. Резюме бизнес-плана микрофинансовой организации

1.1. Сущность предполагаемого проекта и место реализации

Инициатор проекта планирует создать сеть офисов продаж на территории розничной сети «ХХХ», предоставляющих небольшие займы частным лицам на короткие и средние сроки заимствования.

На первом этапе проекта, презентуемом в бизнес-плане микрофинансовой организации, планируется организовать работу ** офисов продаж в гипермаркетах Санкт-Петербурга. По мере развития проекта предполагается также организовать:

- Запуск интернет продаж,
- Реализацию разработанных продуктов (ссуд) по банковским каналам заемщикам, не одобренным кредитным комитетом Банка по формальным причинам
 - Кредитование физических лиц под залог, кредитование юридических лиц
- Реализацию страховых продуктов,
- Реализацию продуктов Банка партнера.

1.2. Эффективность реализации проекта

Показатель	Рубли	Доллар США
Ставка дисконтирования, %	*,** ,	*,** ,
Период окупаемости - РВ, мес.	**	**
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	**	**
Средняя норма рентабельности - ARR, %	***,** ,	***,** ,
Чистый приведенный доход - NPV	*** ***,***	** ***,***
Индекс прибыльности - PI	**,** ,	**,** ,
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	***,** ,	***,** ,
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	***,** ,	***,** ,

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- Достижение окупаемости (с учётом дисконтирования) всего за ** месяцев,
- Большое положительное значение Чистого приведенного дохода к концу периода расчёта,
- Значение Индекса прибыльности значительно больше *,
- Значение показателя Внутренняя норма рентабельности существенно превышает действующую на рынке процентную ставку по долгосрочным кредитам,
- Многократный запас финансовой прочности.

1.3. Предполагаемая форма и условия участия кредитной организации

Для финансирования проекта предполагается привлечь кредитора на следующих условиях:

- Ставка кредитования – **% годовых,
- Периодичность выплат процентов – * раз в год без отсрочки *-ой выплаты,
- Поступления – по графику,
- Возврат – по графику, без отсрочки *-ой выплаты.

График поступления займов (тыс. руб.)

	*.****	*.****	**.*****	**.*****	**.*****	**** год
Результат подбора кредита	* **	* **	* **	* **	* **	** **
ИТОГО	* **	* **	* **	* **	* **	** **

График выплат займов (тыс. руб.)

	*.****	*.****	**.*****	**.*****	**.*****	**** год	**** год	**** год
Результат подбора кредита						** **	* **	
ИТОГО						** **	* **	

Общая сумма кредита - ** ** ** рублей.

1.4. Сопутствующие эффекты от реализации проекта

Офисы продаж могут использоваться, как площадки для продвижения и продаж страховых продуктов и продуктов Банка-партнёра.

2. Инициатор проекта

Инициатором проекта является

3. Анализ рынка и концепция маркетинга

3.1. Определение основной идеи проекта

Инициатор проекта планирует создать сеть офисов продаж на территории розничной сети «ХХХ», предоставляющих небольшие займы частным лицам на короткие и средние сроки заимствования.

На первом этапе проекта, презентуемом в этом бизнес-плане, планируется организовать работу ** офисов продаж в гипермаркетах Санкт-Петербурга.

3.2. Спрос и рынок

3.2.1. Структура и характеристика рынка

..*.*. Мировой рынок микрофинансирования

Изначально идея микрофинансирования состояла в предоставлении финансовых услуг наименее обеспеченным категориям населения и бизнеса, находящимся за пределами банковского обслуживания по причине несоответствия стандартам финансирования. Позднее это определение расширилось, и сегодня под микрофинансированием понимают финансовое обслуживание населения и субъектов бизнеса, не имеющего доступа к банковским услугам не только в силу недостаточного дохода, небольшого размера требуемых кредитов или нехватки залогового обеспечения, но и отсутствия банковской инфраструктуры в местах их проживания и деятельности.

В мире существует положительный опыт развития кредитной кооперации. Например, в Канаде более половины населения вовлечено в деятельность кредитных кооперативов (народных касс), в Ирландии свыше **% населения участвуют в кредитных союзах, в Германии более половины населения пользуются услугами народных сберкасс. То есть развитие кредитной кооперации - это один из действенных путей повышения доступности финансово-кредитных ресурсов для населения.

В странах с переходными экономиками, такими как Россия, Китай, Бразилия или Индия, клиенты микрофинансирования — это

***.*.*.*. Потенциал российского рынка микрофинансирования**

По экспертным данным, можно говорить о том, что индустрия микрофинансирования в России находится на этапе быстрого развития. Оценочный размер рынка микрофинансирования только в зоне предпринимательского кредитования (т.е. без учета потребности в потребительских займах) для индивидуальных предпринимателей и юр.лиц составляет около * млрд. долларов США. При этом удовлетворение существующего спроса всеми типами микрофинансовых организаций составляет около *%.

За последние годы, на территории Российской Федерации наблюдается устойчивый рост интереса к индустрии микрофинансирования как со стороны потенциальных участников рынка, так и со стороны органов гос. власти и предпринимательского сообщества. По данным ежегодных обследований Российского микрофинансового центра, на начало **** года в России действовало более **** небанковских финансовых организаций, реализующих программы микрокредитования для предпринимателей. Формируется диверсифицированная модель микрофинансового рынка, в которую входят институты кредитной кооперации, фонды поддержки малого предпринимательства, коммерческие микрофинансовые организации. Самые многочисленные МФО, действуют в форме кредитных потребительских кооперативов, сельских кредитных кооперативов и т.д. В среднем на один кооператив приходится ***-*** пайщиков.

Ситуацию с развитием микрофинансирования и вообще доступностью финансовых услуг в России можно охарактеризовать следующими показателями.

.....

3.2.2. Важнейшие проблемы и перспективы

Среди ориентиров будущего развития микрофинансового сектора можно назвать следующие:

.....

Важнейшей проблемой является отсутствие инфраструктуры, способной организовать выдачу микрозаймов за счёт средств частных микроинвесторов в масштабах страны.

Деятельность МФО регулируется

3.3. Маркетинг

3.3.1. Концепция маркетинга, цели и стратегия

Цель проекта – создание на территории розничной сети «XXX» **-ти офисов продаж услуг микрокредитования физических лиц.

Прогнозируемые **% неплатежей будут собираться компанией «YYY». По статистике агентства процент возврата составляет **% при себестоимости работ **%. Средний прогнозируемый период возврата – * месяцев.

SWOT-анализ проекта по результатам изучения его сильных и слабых сторон:

	ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ	ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ
+	СИЛЫ <ul style="list-style-type: none"> • . 	ВОЗМОЖНОСТИ <ul style="list-style-type: none"> • .
–	СЛАБОСТИ <ul style="list-style-type: none"> • . 	УГРОЗЫ <ul style="list-style-type: none"> • .

Маркетинговая стратегия компании базируется на идеи приближения офисов продаж к местам покупок среднеобеспеченных слоёв населения. Высокая тарифная ставка на «короткие» кредиты без обеспечения позволит обеспечить устойчивое финансовое состояние самой компании.

Концепция маркетинга заключается в

-

3.3.2. Ожидаемая конкуренция

«Займы до получки. Без волокиты и комиссий» - такие объявления сейчас можно встретить почти на каждом шагу: и на улицах, и в газетах, и в Интернете. В большинстве случаев их предлагают частные лица, а в контактных данных указан лишь мобильный телефон. Естественно, пытаться взять деньги в долг с помощью этих объявлений - самое последнее дело. Риск нарваться на мошенников - **, *%.

Но в последнее время на этом рынке появились и легальные игроки - так называемые «микрофинансовые организации». Это компании, которые имеют право давать кредиты на небольшую сумму (законом установлен лимит в * млн. рублей, но большинство дают в долг не больше ** - ** тысяч рублей) и на короткий срок без лишних формальностей. При этом работают они полностью в рамках закона, что подтверждает лицензия Минфина.

.....

Поскольку на этом рынке действует много мошенников, потребители стараются проверить МФО по некоторым признакам. Вот некоторые из них:

-

Рассмотрим подробнее деятельность основных конкурентов.

.....

3.3.3. Клиентская целевая группа

Клиентами предприятия являются

3.3.4. Стратегические партнёры и контрагенты

Важнейшим партнёром проекта будет розничная сеть «XXX». Инициаторы проекта рассчитывают создать взаимовыгодное партнёрство, обеспечивающее наиболее выгодное размещение офисов продаж и их успешное функционирование.

Партнёрами проекта будут являться общественные организации, действующие на рынке микрофинансирования и СРО, членство в которых является необходимым условием деятельности кредитного кооператива.

Предполагается установить партнёрские отношения с

3.3.5. Маркетинговые цели

Целями этапа, представленного в бизнес-плане, являются:

-

Число россиян, которые хотят получить кредит и нуждаются в нем остается высоким. В ходе исследования, которое было проведено компанией

Выход на целевые результаты планируется за ** месяцев по S-образной кривой:

.....

3.3.6. Тактика маркетинга

***.*.*.*. Позиционирование**

Компания сознательно ориентируется на сегмент потребителей микрозаймов

***.*.*.*. Конкурентные преимущества**

Учитывая конкурентную обстановку (см. п. *.*.*), компания должна развивать следующие конкурентные преимущества:

-

***.*.*.*. Каналы сбыта**

Для потребителей основным каналом продаж будут являться

***.*.*.*. Программа продвижения**

Яркий, привлекательный павильон, расположенный в потоке посетителей гипермаркета, сам по себе будет являться средством рекламы среди целевой аудитории. Это воздействие планируется подкрепить:

-

4. Материальные ресурсы

4.1. Источники финансирования

Для финансирования проекта предполагается привлечь кредитора на следующих условиях:

-

4.2. Помещения

Для размещения офисов продаж будут произведены и размещены в местах высокой проходимости ** павильонов следующего вида:

.....

Обслуживать работу офиса будут * менеджера, работающие посменно.

4.3. Оборудование

Офисы будут оборудованы следующим образом:

.....

5. Организация

5.1. Организационная структура

Управление офисами продаж со стороны Центрального офиса будут заниматься

5.2. Штатное расписание

Штатное расписание и обязанности сотрудников Управляющей компании следующие:
.....

5.3. Календарное осуществление проекта

.....

.. Общие издержки

.....

ФОТ офисов продаж

.....

*. Финансовый план

.. Бюджет доходов и расходов

Строка	*.****	*.****	**.*****	**.*****	**.*****	**** год	**** год	**** год
Валовый объем продаж				* **	* **	* ** **	* ** **	* ** **
Потери				***	***	*** **	*** **	*** **
Чистый объем продаж				* **	* **	* ** **	* ** **	* ** **
Материалы и комплектующие				* **	* **	* ** **	* ** **	* ** **
Суммарные прямые издержки				* **	* **	* ** **	* ** **	* ** **
Валовая прибыль				***	***	*** **	*** **	*** **
Административные издержки	***	***	***	***	***	*** **	*** **	*** **
Производственные издержки			* **	* **	* **	* ** **	* ** **	* ** **
Маркетинговые издержки	**	**	**	**	**	** **	** **	** **
Зарплата производственного персонала			***	***	***	** **	** **	** **
Суммарные постоянные издержки	***	***	* **	* **	* **	* ** **	* ** **	* ** **
Амортизация		**	**	***	***	* **	* **	* **
Проценты по кредитам						* **	**	**
Суммарные непроизводственные издержки		**	**	***	***	* **	* **	* **
Другие доходы						* **	** **	** **
Другие издержки	***	**				**	* **	* **
Убытки предыдущих периодов						* **	* **	* **
Прибыль до выплаты налога	_* **	_* **	_* **	_* **	_* **	*** **	*** **	*** **
Налогооблагаемая прибыль						*** **	*** **	*** **
Налог на прибыль						** **	** **	** **
Чистая прибыль	_* **	_* **	_* **	_* **	_* **	*** **	*** **	*** **

Как видим из расчёта,

.. Бюджет движения денежных средств

Строка	*.****	*.****	**.*****	**.*****	**.*****	**** год	**** год	**** год
--------	--------	--------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Поступления от продаж				***	* **	*** **	* ** **	* ** **
Затраты на материалы и комплектующие				** **	* **	*** **	*** **	* ** **
Суммарные прямые издержки				** **	* **	*** **	*** **	* ** **
Общие издержки	***	**	* **	* **	* **	** **	** **	** **
Затраты на персонал			**	**	**	** **	** **	** **
Суммарные постоянные издержки	***	**	* **	* **	* **	** **	** **	** **
Другие поступления						* **	** **	** **
Другие выплаты						**	* **	* **
Налоги			**	**	**	** **	** **	** **
Кэш-фло от операционной деятельности	_* **	_**	_* **	_* **	_* **	** **	** **	** **
Затраты на приобретение активов	* **	* **	**	**				
Другие издержки подготовительного периода	***	**						
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	_* **	_* **	_**	_**				
Займы	* **	* **	* **	* **	* **	** **	** **	** **
Выплаты в погашение займов						** **	* **	
Выплаты процентов по займам						* **	**	
Кэш-фло от финансовой деятельности	* **	* **	* **	* **	* **	_** **	_** **	
Баланс наличности на начало периода		**	**	**	**	**	** **	** **
Баланс наличности на конец периода	**	**	**	**	**	** **	** **	** **

Для начала и развития деятельности понадобится

***.*. Прогнозный баланс**

Строка	*.****	*.****	**_****	**_****	**_****	**** год	**** год	**** год
Денежные средства	**	**	**	**	**	*** **	*** **	*** **
Счета к получению				** **	** **	** **	** **	** **
Суммарные текущие активы	**	**	**	** **	** **	*** **	*** **	*** **
Основные средства	***	***	** **	** **	** **	** **	** **	** **
Накопленная амортизация		**	**	** **	** **	* **	* **	
Остаточная стоимость основных средств:								
Оборудование	***	***	** **	** **	** **	** **	** **	** **
Инвестиции в основные фонды	* **	* **	**					
СУММАРНЫЙ АКТИВ	* **	* **	* **	* **	* **	*** **	*** **	*** **
Отсроченные налоговые платежи						** **	** **	** **
Краткосрочные займы	* **	* **	** **	** **	** **	* **		
Суммарные краткосрочные обязательства	* **	* **	** **	** **	** **	** **	** **	** **
Нераспределенная прибыль	_* **	_* **	_* **	_* **	_** **	*** **	*** **	*** **
Суммарный собственный капитал	_* **	_* **	_* **	_* **	_** **	*** **	*** **	*** **
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	* **	* **	* **	* **	* **	*** **	*** **	*** **

Мы видим, что собственный капитал планируемого бизнеса

***.*. Объем инвестиций, источники финансирования**

Для осуществления деятельности компании потребуется кредит:

Название	Дата	Сумма (руб.)	Срок	Ставка %
Результат подбора кредита	**.*.****	** ** ** **, **	** мес.	** , **

Поступление кредитных средств запланировано по графику:

	*.****	*.****	**.*****	**.*****	**.*****	**** год	**** год	**** год
Результат подбора кредита	* **	* **	* **	* **	* **	** **		
ИТОГО	* **	* **	* **	* **	* **	** **		

Выплаты будут обеспечены по графику:

	*.****	*.****	**.*****	**.*****	**.*****	**** год	**** год	**** год
Результат подбора кредита						** **	* **	
ИТОГО						** **	* **	

*. Оценка эффективности проекта

**. Расчет финансовых показателей

Строка	**_**.*****	**** год	**** год	**** год	**** год	**** год
Коэффициент текущей ликвидности (CR), %	***	***	* **	* **	* **	* **
Коэффициент срочной ликвидности (QR), %	***	***	* **	* **	* **	* **
Чистый оборотный капитал (NWC), руб.	* ** *	** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	* ** *
Чистый оборотный капитал (NWC), \$ US	*** ** *	* ** *	** ** *	** ** *	** ** *	*** ** *
Коэфф. оборачиваем. дебиторской задолж. (CP)	**	**	**	**	**	**
Коэфф. оборачиваем. рабочего капитала (NCT)	*	*	*	*	*	*
Коэфф. оборачиваем. основных средств (FAT)	***	***	***	***	***	***
Коэфф. оборачиваем. активов (TAT)	*	*	*	*	*	*
Суммарные обязательства к активам (TD/TA), %	**	**	*	*	*	*
Суммарные обязательства к собств. кап. (TD/EQ), %	**	**	*	*	*	*
Коэффициент покрытия процентов (TIE), раз	**	***	**			
Коэфф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %	**	**	**	**	**	**
Коэфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %	**	**	**	**	**	**
Коэфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	**	**	**	**	**	**
Рентабельность оборотных активов (RCA), %	***	***	***	**	**	**
Рентабельность внеоборотных активов (RFA), %	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *
Рентабельность инвестиций (ROI), %	***	***	***	**	**	**
Рентабельность собственного капитала (ROE), %	***	***	***	**	**	**

Показатели ликвидности характеризуют

Чистый оборотный капитал к концу периода планирования

Показатели структуры капитала отражают соотношение собственных и заемных средств в источниках финансирования компании, т.е. характеризуют степень финансовой независимости компании от кредиторов. Надо сказать, что зависимость эта имеет существенное значение только в период кредитования, то есть до конца **** г.

Планируемый бизнес демонстрирует

Коэффициенты деловой активности позволяют

***.*. Расчет показателей эффективности**

Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования, %	* **
Период окупаемости - РВ, мес.	**
Дисконтированный период окупаемости - ДРВ, мес.	**
Средняя норма рентабельности - АRR, %	*** **
Чистый приведенный доход - NPV	*** ** *
Индекс прибыльности - PI	** **
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	*** **
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	*** **

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

-

***.*. Определение точки безубыточности**

Анализ безубыточности доказывает

	*_**.*****	**** год	**** год	**** год
Реализация, руб.	** ** ** **, **	** ** ** **, **	** ** ** **, **	** ** ** **, **

Запас прочности велик как в абсолютном выражении

	*_**.*****	**** год	**** год	**** год
Реализация, руб.	X	** ** ** **, **	* ** ** ** **, **	* ** ** ** **, **

так и в относительном:

	*_**.*****	**** год	**** год	**** год
%	X	** **	** **	** **

Это означает, что даже при существенном невыполнении плана реализации угроза банкротства отсутствует.

С другой стороны, проект чувствителен к

Подразделение	*_**.****	**** год	**** год	**** год
Компания	*,**	*,**	*,**	*,**

***. Анализ основных видов рисков**

***.*. Организационный и управленческий риск**

Вероятные организационные риски и меры их компенсации:

1. Срыв плана-графика работ по запуску новых офисов в действие
Для предотвращения этого риска планируется:

-

2. Срыв выполнения плана выдачи кредитов и получения займов
Для предотвращения этого риска планируется:

-

***.*. Финансовый риск**

Основной финансовый риск составляют неплатежи дебиторов. Для сокращения этого риска компания планирует:

-

***.*. Экономические риски**

Нужно сказать, что планируемый бизнес будет иметь устойчивость даже в случае ухудшения экономической ситуации в стране. В этом случае потребность в займах только возрастёт. Однако, возрастут риски неплатежей, что нужно будет учесть при определении тарифов кредитования.

***.*. Риск прекращения договора аренды с сетью «УУУ»**

Для предотвращения этого риска необходимо

-

Приложение *. Мониторинг рынка за * квартал ** года**

В данном исследовании приняли участие микрофинансовые институты (далее – МФИ) различной организационно-правовой формы: кредитные потребительские кооперативы, частные микрофинансовые организации, региональные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства и другие организации, осуществляющие микрофинансовую деятельность. Показатели для микрофинансового сектора рассчитаны как среднее для всех видов МФИ, принимающих участие в мониторинге, и по всем сберегательным и кредитным продуктам (микрозаймы малому бизнесу и потребительские микрозаймы, не включая “займы до зарплаты” (Pay Day Loans)).

В первом квартале **** года

Позитивные тенденции наблюдаются в
График *.

.....

В первом квартале **** года продолжается

График *.

.....

Показатель портфеля в риске больше ** дней (График *) в первом квартале незначительно вырос и составил *.*%. Для сравнения, в банковском секторе уровень просроченной задолженности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей вырос с *.*% до *.*% за первый квартал **** года.

График *.

.....

В первом квартале наблюдалось наибольшее увеличение среднего количества активных заемщиков на один МФИ по сравнению со всей предыдущей наблюдаемой динамикой (График *): прирост составил *.*%. По сравнению с третьим кварталом **** года этот показатель вырос на *.*%.

График *.

.....

Прим.: в соответствии с законодательством РФ привлекать сбережения имеют право кредитные потребительские кооперативы и сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы (в форме договора займа).

В первом квартале **** года также продолжается рост

Для сравнения, в банковском секторе прирост общей суммы депозитов (вкладов) юридических и физических лиц в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах составил -*.*% с начала квартала, но по сравнению с первым кварталом **** года прирост составил *.*.*%.

График *.

.....

Прим.: количество МФИ, привлекающих инвестиции, займы/кредиты, в выборке меняется из квартала в квартал. Это объясняет колебания среднего значения объема заимствованных ресурсов по этим МФИ.

В первом квартале **** года наблюдается

График *.

.....

В первом квартале **** года средневзвешенная годовая ставка по выданным займам уменьшилась с **. **% до **. **% (График *), также как и ставка по привлеченным сбережениям – с **. **% до **. **% и по инвестициям, займам/кредитам – с **. **% до *. **%.

Справочная информация

Макроэкономическая ситуация

Источник: данные Министерства экономического развития Российской Федерации

В марте текущего года после февральского роста отмечено

Банковский сектор

Источник: данные Министерства экономического развития Российской Федерации

Активы банковского сектора за январь-февраль **** года уменьшились на

Привлеченные средства.

Остатки средств на счетах клиентов за январь-февраль **** года

Размещенные средства.

За январь-февраль **** года объем кредитов и прочих размещенных средств, предоставленных нефинансовым организациям,

Приложение *. Данные по сайтам конкурентов

.....