

банк

Увеличивая дистанцию

Банки продолжают развивать сервисы дистанционного обслуживания

банковские сервисы

Несмотря на сокращения расходов банков на клиентские сервисы, некоторые виды дистанционного банковского обслуживания в последние два года показывают сопоставимый с предкризисным периодом спрос, ежегодно увеличивающийся в среднем на 15%. Впрочем, несмотря на новинки на этом рынке, по мнению экспертов, наиболее востребованным дистанционным сервисом по-прежнему остается интернет-банкинг.

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) — так называется направление развития клиентских сервисов без обязательных визитов в отделение. В это понятие традиционно входят такие сервисы, как интернет-банкинг, мобильный банкинг (от смс-оповещения до управления счетами) и банкоматы. В некоторых случаях в термин ДБО включают услуги колл-центра.

Между тем, согласно исследованиям «Петербургского колл-центра», к услугам колл-центров прибегает более половины всех банков и еще четверть обдумывает такую возможность — вплоть до рассмотрения конкретных предложений. По словам Григория Кенигфеста, генерального директора «Петербургского колл-центра», в 2008 году около 15% доходов его компании приходилось на финансовый сектор. Но в 2009 году спрос на телефонное сопровождение резко сократился, поскольку банки существенно ограничили круг лиц, с которыми они были готовы работать.

Можно было предположить, что с началом финансового кризиса начнут пользоваться популярностью такие

методы директ-маркетинга (ДМ), как обзвон клиентов или софт-коллекторство по телефону. Однако, по словам господина Кенигфеста, эти методы на российском рынке пока не распространены. В первом случае — почти нет специалистов (ДМ-аналитиков, ДМ-копирайтеров, ДМ-дизайнеров, специалистов по базам данных), и с точки зрения законодательства эта область выглядит скорее запретительно, чем ограничительно. Коллекторство по телефону, на его взгляд, тоже не вполне эффективно — заемщики воспринимают (иногда вполне обоснованно) этот метод не как услугу-напоминание, а как давление.

«Нельзя совсем не обслуживать клиентов. Кроме того, нельзя обслуживать клиентов неквалифицированным персоналом. Привычный для западных компаний выход — аутсорсинг. Ну и российские компании кризис тоже заставил задуматься. Те, кто раньше на наши предложения о сотрудничестве говорил «Спасибо, мы сами», гораздо охотнее идут на диалог», — делится наблюдениями господин Кенигфест. Тем не менее, по прогнозам директора «Петербургского колл-центра», объем



Стараясь быть ближе к клиентам, банки предлагают различные интернет-сервисы для более оперативного обслуживания ФОТО СЕРГЕЯ МИХЕЕВА

услуг колл-центров начнет расти только после восстановления доверия к фондовому рынку частных инвесторов и роста кредитования частных лиц. Пока же, несмотря на низкую ставку рефинансирования и обыгрывание большей части падения индекса РТС, существенных положительных тенденций на этом рынке можно не ожидать.

«Услуги электронного банкинга доступны клиентам российских банков с начала 90-х годов. Изначально это были услуги для VIP-клиентов. Но и после более массового внедрения основной задачей интернет-банкинга долгое время оставалась минимизация визитов клиентов в офисы банка для доступа к типовым сервисам расчетно-кассового обслуживания: передача в банк распоряжений по управлению своими средствами и получения от банка результатов исполнения таких распоряжений в виде выписок по счетам и про-

чих отчетов», — вспоминает директор по маркетингу компании «Бифит» (разработка, внедрение и сопровождением программного обеспечения для электронного банкинга) Рустам Мустафаев.

Главными достоинствами интернет-банкинга сейчас, по мнению господина Мустафаева, следует считать высокую оперативность и концентрированность информации. «Теперь распоряжение клиента не может быть исполнено „в срок, предусмотренный нормативами“ при зависимости эффективности процентной ставки, например, от MosPrime, поскольку сделка должна вступить в силу в тот же день. При обработке распоряжения клиента через интернет-банк принятие решения об его исполнении переносится во фронт-офис, а бэк-офис банка выполняет ассистирующую роль», — поясняет господин Мустафаев.

По словам Андрея Калининцева, руководителя

управления архитектуры департамента системных платформ и архитектуры компании «Диасофт», в России еще существует достаточное количество банков, не использующих дистанционное обслуживание. «Если говорить о „классических“ продуктах для дистанционного обслуживания клиентов — юридических лиц, тут охват довольно широкий — даже небольшие банки, имеющие несколько ключевых клиентов, стараются предложить им высокий уровень сервиса, немислимый без дистанционного обслуживания. Что же касается розницы, то тут полнофункциональные решения для ДБО встречаются пока далеко не так часто, как хотелось бы», — считает господин Калининцев.

Возможно, в связи с относительно невысоким уровнем развития клиентоориентированной IT-инфраструктуры банков в среднем компании, занимающиеся разработкой

и интеграцией программного обеспечения для дистанционного обслуживания клиентов, говорят о высоком спросе на свои услуги, несмотря на сокращение затрат банков на IT в целом. «Мы не отмечаем снижения спроса на продукты для ДБО за последние 1–2 года. Разумеется, кризис несколько скорректировал развитие банковского IT (то есть можно говорить об общем снижении рынка), но я бы не стал говорить о каком-то падении интереса к ДБО. Скорее наоборот, спрос на продукты для предоставления клиентам новых сервисов самообслуживания стабильно высок», — считает господин Калининцев.

По наблюдениям Рустама Мустафаева, спрос на ДБО-софт за последние годы радикально не изменился, в год увеличиваясь в среднем на 15%. При этом, по наблюдениям господина Мустафаева, «эволюционно усилился интерес к решениям для обслуживания частных лиц». Еще

одним локомотивом роста для «Бифита» стало развитие работ в области информационной безопасности. «Проекты электронного банкинга — самые массовые по количеству конечных пользователей (среди информационных систем банков) и стандартные универсальные рецепты информационной безопасности к ним не всегда применимы. Поэтому так необходима разработка решений как с оглядкой на массовость, так и с учетом высокой ответственности за качество», — пояснил господин Мустафаев.

Господин Калининцев считает, что определить наиболее капиталоемкий сектор дистанционного банковского обслуживания практически невозможно, поскольку независимо от используемых каналов основные затраты приходятся на интеграцию пакетных решений и создание инфраструктуры безопасности. Оценить рынок ДБО собеседники, Б* также затруднились, сославшись на отсутствие данных.

По оценке главного экономиста управляющей компании «Финам Менеджмент» Александра Осина, в России примерное число пользователей интернет-банкинга с учетом кризиса составляет порядка 1,5 млн человек, из них 90% — физические лица. В денежном выражении годовой оборот рынка ДБО господин Осин оценивает в несколько сотен млрд рублей в России в целом и несколько десятков млрд рублей в Санкт-Петербурге. Вероятно, с оценками господина Осина можно поспорить. По данным банка «Санкт-Петербург», в середине января количество клиентов его интернет-банка составило более 50,5 тыс. человек. Как бы там ни было, согласно аналитическому отчету CNews, только один петербургский банк вошел в топ-30 по уровню информати-

зации (половина критериев оценки сводится к ДБО), заняв при этом 26-е место.

О доходах от дистанционных сервисов в банках не любят говорить, хотя принято считать, что они совсем невелики. По словам начальника отдела продуктов управления пассивных и комиссионных операций департамента розничного бизнеса ВТБ24, сервисы дистанционного обслуживания прежде всего рассчитаны на удобство использования и сокращение издержек банка. Некоторые банки дополнительно стимулируют клиентов использовать дистанционные системы обслуживания. По словам руководителя офиса «Площадь Восстания» «Альфа-банка» Елены Куць, за совершение операций, которые возможно произвести с помощью удаленных каналов доступа, в отделении взимается повышенная комиссия.

Несмотря на то, что банки заявляют о все большем количестве бесплатных дистанционных сервисов (например, бесплатный интернет-банк есть у «Русского стандарта», «Альфа-банка» и банка «Санкт-Петербург»), эксперты сомневаются, что в ближайшем будущем эти услуги станут полностью бесплатными у всех. «Не думаю, что банки, которые сейчас вынуждены значительную часть прибыли направлять в резервы, откажутся от подобного источника доходов. Хотя, с другой стороны, рост стоимости данного продукта банковских услуг ограничен спросом и растущей конкуренцией. В условиях рынка это означает, что при сохранении стабильности в мировой экономике стоимость обслуживания в данной сфере будет постепенно снижаться, по крайней мере — в ближайшие кварталы», — считает Александр Осин.

АНАСТАСИЯ ГОРДЕЕВА

Акции на продажу

Российские компании задумались об IPO в 2010 году

фондовый рынок

Текущий год может стать периодом активного выхода российских компаний на IPO. К энергичным действиям в этом направлении собственников бизнеса подталкивает высокая долговая нагрузка и опасения, что конъюнктура рынка может измениться в худшую сторону. Среди ожидаемых IPO много «лакомых кусочков». Однако здоровой стратегией будет покупка не во время, а после размещения.

Размещения 2010 года можно разделить на две условные группы. В первую входят известные и достаточно крупные компании, в массе своей относящиеся к добывающей отрасли и потребительскому сектору. Вторая состоит из государственных компаний, которые, по слухам, будут приватизированы для сокращения бюджетного дефицита.

Время для IPO сейчас самое подходящее. Прежде всего, на рынке имеется избыток ликвидности. Инвестиционные фонды и банки будут рады купить пакет успешной компании на деньги, доставшиеся им во время денежной «накачки» мировой экономики. Вторых, многие активы существенно подросли в цене по сравнению с прошлым годом, а стоимость некоторых практически достигла докризисного уровня.

«Мотив выхода на первичное размещение у российских компаний один — долги», — подмечает Константин Корищенко, президент фондовой биржи ММВБ. — «Сверхкрупные игроки нуждаются в реструктуризации долгов. А небольшие компании с капитализацией \$50–100 млн испытывают острый дефицит капитала, который необходим для развития. Раньше они могли бы

привлечь средства на рынке заимствований, однако в связи с кризисом это окно для них закрылось и когда откроется — пока неясно».

Лови момент

Дело не только в долгах. Торопиться заставляет страх, что время дешевых денег скоро закончится. «Время для эмитентов сейчас важно как никогда», — уверена Ольга Митрофанова, аналитик ОАО «Пробизнесбанк». — К концу года ставки рефинансирования скорее всего вырастут, а значит, курс акций пойдет вниз».

Действительно, ужесточение кредитной политики центральными банками весьма вероятно. По мере ее реализации стоимость денег и, соответственно, объем ликвидности на мировых финансовых рынках снизится, и интерес к новым размещениям может упасть.

Среди первых в очереди на IPO — компании из металлургической и добывающей отраслей. Цена на их продукцию существенно выросла по сравнению с прошлым годом и скорее всего будет расти дальше — заманивая перспектива для инвесторов. Согласно прогнозам, в 2010 году уголь подорожает на 60%, руда — на 30–40%. «Аппетиты к риску у инвесторов высоки: это было видно по IPO „Русала“, — подмечает Ольга Митрофанова. — Поэтому следует ожидать, что и другие металлургические компании неплохо разместятся. Возможно, премия по сравнению с торгуемыми сейчас на рынке компаниями составит 20–30 процентов».

Потребительский сектор тоже не дремлет. Разместить свои акции на бирже планирует розничная сеть «Виктория», крупнейший в стране

дистрибьютор лекарств «Протек», а также «Евросеть» и «Связной». Правда, интерес к их акциям со стороны инвесторов будет меньше. Ведь средства, полученные в ходе IPO, они будут направлять на развитие новых торговых точек. Но в условиях кризиса и пониженного потребительского спроса инвестиции могут принести убыток.

Продать государство

Стремление государства приватизировать часть своей собственности вызвано также долгами. Если в 2008 году профицит бюджета РФ составлял 1,7 трлн рублей (4% ВВП), то 2009 год закончился с дефицитным «разрывом» в 2,3 трлн рублей (5,9% ВВП). В частности, на биржу могут выйти такие компании, как «Совкомфлот», «Первая грузовая компания», «Росатролизинг», «Трансконтейнер» и другие. Использование IPO для приватизации госкомпаний будет интересно как для розничных, так и для институциональных инвесторов. Госпредприятия, акции которых планируется продать, являются лидерами или даже монополистами в своей отрасли (например, «Совкомфлот»), что привлекает инвесторов. По данным «Уралсиба», кроме перечисленных компаний в среднесрочной перспективе могут изменить свою форму собственности Агентство по страхованию вкладов, «Фонд ЖКХ», «Олимпстрой», «Росатом», «Росавтодор», «Роснано», «Вертолеты России», «Российские технологии» и ОАК.

«Успех этих IPO во многом будет зависеть от условий размещения: будет ли цена предложена с дисконтом к мировым аналогам, — отмечает Алексей Курасов, ру-

ководитель управления корпоративных финансов ИК «ФИНАМ». — Госкомпаниям по всему миру традиционно пользуются успехом у инвесторов. Основная причина — госпредприятия являются основой экономической мощи страны, это стабильные компании, которые с малой долей вероятности могут стать банкротами».

Постойм в стороне

Частным инвестором стоит воздержаться от участия в предстоящих IPO. Особенно это касается первичных размещений госкомпаний. Вспомнить хотя бы народные размещения «Роснефти», ВТБ и Сбербанка, которые стали одними из самых крупных по объему привлеченных средств и самыми провальными — с точки зрения инвестиционной отдачи на вложенные средства. Непосредственно на IPO крупными пакетами запасаются «стратегии» и портфельные инвесторы. «Частникам» лучше присмотреться и купить акции тогда, когда они уже упадут в цене. Возможное ужесточение кредитной политики центральными банками приведет к обвалу фондовых рынков, и акции недавно разместившихся предприятий не избежат этой участи. Вот тогда их и следует покупать.

В первую очередь следует выбирать секторы, которым предрекают рост и которые выиграют от восстановления мировой экономики. Лучшее всего под это описание подходят сырьевые и экспортноориентированные секторы: нефтегазовый, металлургический, угольный и химический. С прицелом на долгосрочную перспективу можно купить и кусочек государственной компании.

АНАСТАСИЯ РОМАНОВА

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТРАНИЦЫ ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ

ЛИЦА ГОРОДА

SOCIAL REPORT

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ

BUSINESS GUIDE

25 марта SR «ЛИЦА ГОРОДА»

Приглашаем к сотрудничеству рекламодателей

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ: (812) 324 69 49, 325 85 96

Guide

Финляндия

2009

BUSINESS GUIDE