

банк

КОНТЕКСТ

НОВОСТИ

Промсвязьбанк купил портфель кредитов у «Траста»

Промсвязьбанк приобрел права требования по кредитному портфелю клиентов малого и среднего бизнеса (МСБ) банка «Траст» в размере 198,4 млн рублей, рассказали в пресс-службе Промсвязьбанка. По состоянию на 1 ноября 2011 года кредитный портфель МСБ Промсвязьбанка составил 36,8 млрд рублей. Приобретенный портфель состоит из качественных кредитов, не имеющих текущей просроченной задолженности, портфель покупается без дисконта, пояснили в пресс-службе. Это вторая сделка по приобретению кредитного портфеля сегмента МСБ у банка «Траст». Летом 2011 года Промсвязьбанк тремя траншами приобрел права требования по кредитному портфелю банка «Траст» в размере 5,6 млрд рублей.

«Покупка дополнительного кредитного портфеля МСБ позволит пополнить кредитный портфель качественными заемщиками с кредитной историей», — говорит Елена Махота, вице-президент, член правления Промсвязьбанка. — В рамках стратегии развития Промсвязьбанк намерен и дальше продолжать планомерную работу по наращиванию кредитного портфеля сегмента МСБ как за счет органичного роста, так и за счет сделок по покупке портфелей. Мы готовы рассматривать предложения банков о продаже прав требований по своим кредитным портфелям МСБ». **Олег Треканов**

Сбербанк посчитался за девять месяцев

Прибыль до налогообложения Северо-Западного банка Сбербанка России за девять месяцев 2011 года составила 16,5 млрд рублей, что в три раза больше показателей соответствующего периода 2010 года, говорится в сообщении банка. Чистая прибыль в три раза превысила значение аналогичного периода прошлого года и возросла до 12,4 млрд рублей. Активы банка на 1 октября 2011 года превысили 700 млрд рублей.

Портфель срочных корпоративных кредитов банка увеличился с начала года на 15%, до 283 млрд рублей. При

этом количество заемщиков выросло почти на 11%. В структуре портфеля наибольший удельный вес занимают обрабатывающие производства, торговля, строительство, сельское хозяйство, недвижимость, транспорт и связь. На 1 октября 2011 года задолженность субъектов малого предпринимательства составила порядка 26 млрд рублей. На них приходится 95% от всех корпоративных клиентов (65 тыс. клиентов).

Портфель срочных кредитов населения Северо-Западного банка вырос за девять месяцев на 21% и на 1 октября 2011 года превысил 108 млрд руб. В общем объеме займов наибольшую долю составили потребительские кредиты, объем которых в январе — сентябре возрос на 58% по сравнению с соответствующим периодом 2010 года и превысил 30 млрд рублей. Остаток средств физических лиц в Северо-Западном банке Сбербанка на 1 октября достиг 504,5 млрд рублей. **Анастасия Иванова**

НРБ продал ипотеку банку «Петрокоммерц»

Банк «Петрокоммерц» приобрел у банка НРБ портфель розничных кредитов, который включает высококачественные ипотечные кредиты, номинированные в иностранной валюте.

В 2011 году банком «Петрокоммерц» была принята стратегия развития до 2016 года, в соответствии с которой особое внимание будет уделяться активному развитию розничного бизнеса. «Приобретение портфеля у НРБ является одним из крупных проектов в области реализации стратегии развития розничного бизнеса банка», — отметил вице-президент банка «Петрокоммерц» Олег Швецов. — В соответствии с новой бизнес-стратегией портфель розничных кредитов должен увеличиваться в среднем на 60 процентов в год и к 2016 году составить 20 процентов от общего кредитного портфеля банка.

Прирост объема розничного кредитного портфеля с начала текущего года уже составил 52 процента (на 01.01.2011 — 7,6 млрд руб., на 01.11.2011 — 11 млрд руб.). В планах банка до конца года doubling его объем до 13 млрд рублей. «Продажа части ипотечного портфеля Национального резервного банка осуществлена на рыночных условиях и отвечает интересам развития кредитного учреждения», — сообщила заместитель председателя правления АКБ «НРБанк» Наталья Петрова. — Стратегия розничного бизнеса банка предусматривает акцент на разработке и реализации комплекса новых ипотечных продуктов для широкого круга клиентов, формирование на протяжении 1–1,5 года ипотечного портфеля с

возможностью его дальнейшей продажи кредитным учреждениям, которые специализируются на обслуживании долгосрочных кредитов, рассчитанных на 10–15 лет». **Ольга Петрова**

Сивокобильска получила повышение

Наблюдательный совет банка «Санкт-Петербург» утвердил Оксану Сивокобильску в должности заместителя председателя правления. Главное управление Банка России по Санкт-Петербургу согласовало ее кандидатуру на этот пост. В новой должности Сивокобильска будет курировать вопросы, связанные с финансовым планированием, стратегическим развитием банка, внешними коммуникациями и HR банка.

Госпожа Сивокобильска родилась в Латвии. В 1996 году окончила экономический факультет Латвийского государственного университета, магистр экономики. С 1998 по 2007 годы Оксана Сивокобильска работала руководителем дирекции маркетинга Hansabank (позже был переименован в Swedbank) Латвии. С 2007 по 2010 годы возглавляла розничное подразделение Swedbank Латвии, с 2010 по 2011 годы — подразделение развития бизнеса Swedbank Балтии. С апреля 2011 года — вице-президент — директор дирекции стратегического развития банка «Санкт-Петербург».

«Усиление нашей команды топ-менеджером, имеющим серьезный опыт работы в крупном европейском банке, позволит нам с успехом реализовывать все задачи, закрепленные в стратегии развития банка на ближайшие годы», — прокомментировал назначение председатель правления банка Александр Савельев. **Олег Треканов**

Банкиры ушли в детский бизнес

Ольга Новожилова, жена председателя совета директоров банка «КИТ Финанс» и президента Транскредитбанка Юрия Новожилова, начала открывать в Москве бутики детской одежды премиум-класса Monnalisa. Источник, близкий к «Монарроси», пояснил, что компания имеет неисключительное право на открытие бутиков Monnalisa в России и собирается открывать магазины в Москве и Подмосковье. Собеседник «Ъ-Банк», близкий к «Монарроси», говорит, что один магазин обходится в 250–300 тыс. евро. Средства, скорее всего, предоставит «КИТ Финанс». Monnalisa работает в 50 странах, выпускает продукцию для детей и подростков в возрасте до 16 лет. **Соб. инф.**

Реклама денег показала рост

Банки увеличивают свои рекламные бюджеты

маркетинг

Впервые с 2008 года рынок рекламы финансовых услуг, который ранее являлся одним из самых емких по объему рекламных бюджетов, вышел на докризисный уровень. Впрочем, состав топ-рекламодателей с момента кризиса несколько изменился.

В кризис петербургские СМИ столкнулись с резким падением рекламных доходов, которые обеспечивали в приличном объеме не только ритейлеры и пищевики, но и банки. Так, по данным компании TNS Media Intelligence, в 2008 году финансовые услуги в Топ-10 занимали прочное восьмое место. Кризис в петербургских СМИ пришлось на 2009 год, когда по сравнению с 2008 годом объем размещения подобной рекламы упал на 12,1% (радио, пресса, телевидение, наружная реклама).

Впрочем, в третьем квартале 2011 года рынок рекламы финансовых услуг в Петербурге вышел на докризисный уровень. По данным компании TNS Media Intelligence, в 2011 году по сравнению с 2008 годом прирост составил 5,3%. В частности, реклама финансовых услуг занимает девятое место среди всех категорий по доле затрат на рекламу в Петербурге, что составляет 4,5% рекламного рынка города. «К примеру, в 2011 году по сравнению с 2010 годом больше всего банки увеличили затраты на рекламу на радио (+88%) и телевидении (+83%), — поясняют исследователи. — В меньшей степени выросли бюджеты на печатные СМИ (+39%) и наружную рекламу (+36%)». Кроме того, в TNS Media Intelligence отмечают, что в 2011 году компании фи-



В нынешней экономической ситуации перспективы рынка вкладов непрозрачны: в краткосрочной перспективе российские банки сохраняют тренд на повышение ставок

нансового сектора увеличили рекламные бюджеты на 62% по сравнению с 2010 годом.

Компания TNS Media Intelligence не оценивает интернет-сегмент, но, по мнению самих банкиров, кризис 2008 года ударил по рекламным амбициям и существенно перекроил рекламный рынок в пользу более дешевых медиа, в частности, в пользу интернета. «Интернет-реклама выходит в лидеры», — поясняет Инна Эстрина, руководитель по маркетингу Северо-Западного региона ОАО «Альфа-банк». — Во-первых, легко отследить поведение потребителя благодаря аналитическим инструментам. Во-вторых, интернет явно лидирует по доверию потребителей. И, конечно, один из самых важных аргументов в его пользу — соотношение цены и качества. Рекламу в печати мы рассматриваем как имиджевую, в то время как реклама в интернете влияет на объем продаж». С ней согласен Дмитрий Ермаков, начальник

управления маркетинговых коммуникаций банка «Хоум Кредит»: «Все большую долю в бюджетах банков занимает интернет, который позволяет четко проследить отдачу от вложенных средств и избежать неоправданных расходов».

Станислав Бетин, директор департамента маркетинговых коммуникаций Номос-банка, также отмечает, что в кризис все рекламодатели без исключения пересмотрели свои коммуникационные стратегии. «Многие банки увидели новую возможность в интерактивных каналах коммуникации. Стали внедряться в социальные сети, чтобы лучше понимать своих клиентов и их жизненный цикл. Другие банки не стали отходить от сложившегося формата и продолжили инвестировать в популяризацию своих брендов через телевидение, радио, прессу и другие СМИ. Часть банков отказались от имиджевой рекламы и сосредоточились на покупке так

называемых «лидов», то есть анкет потенциальных клиентов», — рассказывает он.

По оценкам TNS Media Intelligence, основные рекламные бюджеты приходятся на четыре типа финансовых продуктов: банковские карты, ипотечное и потребительское кредитование, вклады (68% затрат категории). Среди рекламодателей отмечается значительная концентрация бюджетов: на Топ-10 компаний приходится 61% всех рекламных затрат категории, а на Топ-20 — 75%.

Банки осваивают новые категории, считает Станислав Бетин. «Если раньше основной акцент приходился на дискретные банковские предложения — вклады и кредиты, то сегодня появляется такая категория, как наборы услуг. Это целый спектр услуг и продуктов, многие из которых абсолютно бесплатны. Сегодня реклама разнообразна — это и кредиты, и кредитные карты, и обезличенные металлические счета и мобильный

банкинг», — рассказывает он. «В 2008 году акцент делался на имиджевую кампанию и широкий спектр кредитных продуктов: банку важно было показать свою универсальность», — добавляет Александр Руквишников, начальник управления маркетинга и рекламы ОТП-банка. — В 2010–2011 годах акцент делается на нецелевое кредитование и депозиты — ключевые продукты классической сети банка».

Первая десятка лидеров среди рекламодателей Петербурга в категории «финансовые услуги» выглядит следующим образом: Кредит Европа банк (12,5%), Citibank (12,1%), Visa International (10,6%), Сбербанк России (6,1%), Mastercard Worldwide (5,9%), Mitsubishi Motors (3,9%), Unicredit Group (3,3%), «Фининвест» (2,1%), банк «Санкт-Петербург» (2,1%), Ханты-Мансийский банк (2,1%).

В то время как в еврозоне объявляют о штурмовом предупреждении, в России наблюдается штиль. «При формировании бюджета на следующий год мы преимущественно ориентируемся на поставленные задачи, специальные поправки на кризис не делаем», — отмечает Павел Нефедов, директор департамента корпоративных коммуникаций и рекламы Росбанка. «Пока на 2012 год банки смотрят с оптимизмом», — комментирует Станислав Бетин. — Рост отраслевого рекламного рынка продолжится. Но я подозреваю, что у ряда банков припасен также и второй сценарий развития событий, менее радужный, и как мера предосторожности, чтобы не тратить время на долгие просчеты изменения курса в следующем году».

ЯНА КАРПОВА

Банковский фаворит

Банки снова сделали ставки на вклады

тренд

Этой осенью банки снова ощутили прикосновение кризиса, разразившегося в Европе. Так, они наперебой стали предлагать населению сезонные вклады и депозиты, которые могут обеспечить финансовым организациям стабильный источник фондирования. По словам экспертов, ставки по вкладам для населения продолжат расти и в 2012 году.

С наступлением осени финансовые организации начали повышать ставки по вкладам. Согласно данным Банка России, в первой декаде сентября средняя максимальная ставка по рублевым вкладам в десяти крупнейших российских банках увеличилась до 8,05% годовых после того, как в течение двух месяцев подряд она оставалась на уровне 7,88%. Отрадилось это повышение и на сезонных предложениях: банки предлагают свои осенние депозиты дороже, чем обычные. В некоторых кредитных учреждениях увеличение ставки составило до двух процентных пунктов.

«В 2011 году тренд процентных ставок по вкладам менялся в зависимости от ситуации на международном и внутреннем финансовых рынках. До осени текущего года средняя ставка годовых депозитов опустилась до 7 процентов в рублях и 4 процентов в валюте. А в четвертом квартале наметился рост процентных ставок. Сейчас максимальные ставки по вкладам для населения в крупных банках составляют около 9 процентов, а в небольших, испытывающих дефицит в ликвидности, доходят и до 11–12 процентов», — говорит начальник управления по работе с клиентами петербургского филиала НРБ Алексей Малыгин. При ставке рефинансирования ЦБ РФ 8,25% и ин-

фляции на уровне 7% банкам приходится лавировать между стремлением быть конкурентоспособными на рынке и не вызывать опасений у регулятора в надежности своей деятельности, говорит банкир.

Так, в этом году Промсвязьбанк запустил специальное новогоднее предложение по уже действующим вкладам. Иван Пятков, директор департамента розничных продуктов и технологий Промсвязьбанка, рассказывает, что в рамках предновогодней акции вкладчикам предлагается открыть вклады с увеличенной ставкой на 0,6–1% до 29 февраля 2012 года. В рамках сезонного предложения максимальная ставка по вкладу «Мой мультивыбор» составляет 7,15% в рублях и 4,7% в валюте, а по вкладу «Мои возможности» — 7,49 и 4,7% соответственно. ОТП-банк предлагает физическим лицам сезонный вклад «Теплое отношение» с процентной ставкой в размере 11% годовых. В качестве бонусов банк дополнительно предлагает клиенту подарки: зонты, варежки, шарфы, пледы — вне зависимости от суммы и количества открытых вкладов по акции. Банк «Петрокоммерц» предоставляет вкладчикам депозиты «Оптимум», которые предусматривают возможность пополнения и частичного снятия денежных средств. С 14 ноября ВТБ24 повысил ставки по наиболее востребованным депозитным продуктам. Повышение ставок по вкладам розничной линейки составило до 1,05 процентных пункта. Так, по вкладу «ВТБ24 — Свобода выбора» в рублях сроком на 91–180 дней банк предложил ставку в 7,25% годовых, по вкладу «ВТБ24 — Доходный — Банкомат» в рублях сроком

на 181 день ставка установлена также на уровне 7,25% годовых.

Объем банковских вкладов в банках значительно вырос в этом году. Так, по словам Александра Коннышкова, директора регионального центра «Северо-Западный ЗАО «Райффайзенбанк», общий объем вкладов физических лиц составил примерно 107 млрд рублей, что на 17% больше, чем в ноябре прошлого года. «В связи с текущей ситуацией на финансовом рынке мы считаем это очень хорошим показателем, который отражает правильность текущей политики банка и доверие со стороны наших клиентов», — говорит он. По его словам, целевой структурой фондирования Райффайзенбанка является максимальная диверсификация как рынков, так и инструментов финансирования. «Банк финансируется преимущественно за счет средств клиентов: физических и юридических лиц. Также важными источниками фондирования являются кредиты материнского банка и долгосрочные привлечения на финансовых рынках», — говорит банкир. На 1 октября 2011 года объем средств, привлеченных филиалом ВТБ24 в Санкт-Петербурге от физических лиц, превысил 86 млрд рублей, тогда как на начало года составлял чуть более 70 млрд рублей. Из них на депозиты частных лиц на 1 октября 2011 года пришло 68 млрд рублей, а на 1 января 2011 года — 53 млрд рублей. Общий объем срочных вкладов филиала «Петровский» банка «Открытие» на 1 ноября составил около 20 млрд рублей и увеличился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 2,2 млрд рублей.

Банки делают большие ставки на вклады. Так, на долю средств частных клиентов в филиале ВТБ24 по состоянию на 1 октября 2011 года приходилось 86%, на долю частных вкладов — 68% от общего объема пассивов. После того как летом 2011 года была запущена линейка вкладов, доля привлеченных в виде вкладов средств клиентов в банке БФА составил сейчас около 30% пассивов банка. Алексей Дроботай, руководитель дирекции «Северо-Запад» банка «Хоум Кредит», рассказывает, что в обязательствах банка доля вкладов сейчас занимает 38,1%, тогда как в 2010 году к 1 ноября она занимала лишь 27,5%. Вклады юридических и физических лиц составляют более половины всех пассивов ОТП-банка, включая капитал, или 70% его обязательств, а доля вкладов в пассивах физических лиц Райффайзенбанка достигла 60%. По словам Карины Кучерук, начальника управления розничного бизнеса филиала «Петровский» банка «Открытие», срочные вклады занимают 70% в пассивах банка. В пассивах петербургского филиала НРБ доля вкладов на 1 ноября 2011 года составляет 40%.

Банковские вклады являются одной из самых популярных форм хранения денежных средств у населения страны. Александр Коннышков считает, что рынок вкладов продолжит расти и в следующем году. Так, по его словам, удержание действующих и привлечение новых депозитов — это будут основные активности банков на рынке вкладов в первую половину 2012 года, соответственно, банки будут повышать ставки по депозитам, делая их более привлекательными с точки

зрения инвестирования под фиксированный доход. Евгений Стародубцев, начальник департамента розничных продаж банка «Открытие», считает, что в условиях нестабильного рынка долгосрочные прогнозы больше чем на два месяца можно рассматривать лишь как предположения. Но сегодняшняя тенденция рынка депозитов вполне очевидна: внешнеэкономическая нестабильность диктует повышение ставок по вкладам. «Помня о кризисе 2008 года, люди в страхе перед обесцениванием накоплений, опасаясь скачков инфляции, начинают снимать деньги для осуществления крупных покупок — автомобилей, недвижимости. Результат — незначительный отток части вкладов у ряда коммерческих банков из середины списка Топ-100, далее идет цепная реакция: вкладчики банков не лонгируют вклады в своих банках, поскольку на рынке появляются ставки выше, забирают средства», — полагает господин Стародубцев. — По этой причине даже те банки, которые не планировали поднимать ставки, вынуждены это делать для поддержания ликвидности, и, в свою очередь, становятся инициаторами повышения. В условиях экономической «неопределенности» повышенным спросом пользуются вклады в рублях, поскольку валюта подвержена большой волатильности, а также мультивалютные вклады, по условиям которых клиент может переводить средства в пределах одного вклада из одной валюты в другую».

«До конца года ставки по вкладам в среднем могут вырасти на один-два процентных пункта», — говорит Иван Пятков. «В нынешней экономической ситуации

перспективы рынка вкладов непрозрачны: в краткосрочной перспективе, скорее всего, российские банки сохраняют тренд на повышение ставок. Многие будут зависеть от ставки рефинансирования и общих тенденций на рынке», — говорит Карина Кучерук. Нелли Хрыкова, начальник управления развития банка БФА, считает, что состояние рынка вкладов в 2012 году во многом будет определено уровнем ликвидности банковского сектора. «В настоящее время негативный прогноз международного рейтинга российской банковской системы способствовал увеличению стоимости внешних заимствований, а при отсутствии финансирования внутри страны депозиты стали важнейшим источником фондирования».

Банки повышают ставки по вкладам для физических лиц, и по итогам года средняя ставка может составить около 10 процентов годовых», — полагает она. Кроме процентной ставки, доходность вкладов определяется, в том числе, и уровнем инфляции. Так, в настоящее время средние ставки по вкладам превышают уровень инфляции, что способствует росту популярности вкладов среди населения. При сохранении в следующем году «потребительской» модели поведения населения, считает госпожа Хрыкова, банки будут стремиться к увеличению ресурсной базы для обеспечения выдаваемых кредитных средств, и в таких условиях средние ставки по вкладам, вероятно, установятся на уровне 10% годовых, что будет способствовать сохранению притока средств и поддерживать ликвидность банковского сектора.

АНАСТАСИЯ ИВАНОВА

ForexClub
www.forexclub.ru

ничего не делать

делать деньги на forexclub.ru

Запись на бизнес - семинар:
+7 (812) 449-69-00

ул. Марата, д. 69-71 литер «А»
Бизнес-центр «Renaissance Plaza»