

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ БАНК

МОШЕННИКИ ОСВАИВАЮТ НОВЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ,
А ГРАЖДАНЕ ПРОДОЛЖАЮТ ДОПУСКАТЬ
БАНАЛЬНЫЕ ОШИБКИ / 19
СОБЛЮДАЮТ ЛИ БАНКИ ЭТИКУ
В ВЫБОРЕ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ
СВОИХ ПРОДУКТОВ? / 23
ГОСПРОГРАММА ПО СУБСИДИРОВАНИЮ
ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК ПОДДЕРЖАЛА
РЫНОК АВТОКРЕДИТОВАНИЯ / 24

% ? !

Четверг, 5 декабря 2013 №224

(№5255 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №17–32

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Рег. №01243 22 декабря 1997 года.

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА



ВТБ

ОАО Банк ВТБ

Реклама



ЮЛИЯ ЧАЮН,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE «БАНК»

КТО СЛЕДУЮЩИЙ?

При подготовке последнего в уходящем году BG «Банк» я спрашивала топ-менеджеров и аналитиков о том, что, на их взгляд, было самым запоминающимся в 2013 году на российском финансовом рынке. Многие из них задумчиво отвечали, что «в общем-то, на самом деле ничего такого», и указывали на чересчур высокую стабильность (читай — глубокую стагнацию) отечественной экономики, из-за чего каких-то всплесков в банковском секторе и ожидать-то не стоило.

Впрочем, конец года подкинул весьма интересную новость. Двадцатого ноября Банк России отозвал лицензию у Мастер-банка, входившего в сотню крупнейших банков страны. Кредитная организация была вовлечена в проведение крупномасштабных сомнительных операций. Объем депозитов и счетов физических лиц Мастер-банка превышает 46,82 млрд рублей. Как ранее писал „Ъ“, этот банк давно считался одной из лучших площадок по отмыванию денег, претензии к нему как у ЦБ, так и у правоохранительных органов возникали неоднократно на протяжении многих лет. В банке не раз проводились обыски.

Причем опрос банковских структур показал, что на рынке-то никто особо случившемуся не удивлен. Отзыв лицензии у Мастер-банка вызвал массовую блокировку средств на картах у банков, пользующихся его процессинговыми услугами. По данным Visa, заблокированными оказались карты 21 банка — ассоциированных членов платежной системы. В MasterCard официальное количество пострадавших банков не раскрыли. Однако, по данным „Ъ“, их около 120.

Такие истории всегда вызывают вопрос у граждан: кто будет следующим? В интернете начинают появляться неведомо кем составленные списки кандидатов на отзыв лицензии, что при массовом распространении, как опасаются эксперты, может вызвать панический вывод денег со счетов. Аналитики считают, что есть вероятность того, что начало следующего года отметится притоком клиентов в государственные банки.

ФИНАНСИСТЫ ДЕЛАЮТ СТАВКУ НА ПРЕМИАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ

ПРИМЕРНО ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАЗАД В РОССИИ ЗАРОДИЛСЯ PRIVATE BANKING, И, ПО МНЕНИЮ БАНКИРОВ, ОН ДО СИХ ПОР ЯВЛЯЕТСЯ ВЕСЬМА ПЕРСПЕКТИВНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ. ВПРОЧЕМ, «ЛИЦО» НЫНЕШНЕГО ОТЕЧЕСТВЕННОГО PRIVATE BANKING ДО СИХ ПОР НЕ СФОРМИРОВАЛОСЬ, ДА И ПОРОГ ВХОДА В ЭТОТ СЕГМЕНТ ВЕСЬМА РАЗМЫТ. ДАРЬЯ СИМОНОВА

Надежда Куликова, начальник управления депозитных и расчетных продуктов банка «Хоум Кредит», говорит, что private banking как направление развития банковской розницы зародился в начале прошлого века в Швейцарии. «Российский private banking моложе западного, но уже готов предложить клиентам довольно широкий спектр услуг: депозиты, доверительное управление, различные программы накопительного страхования, инвестирование в коллекционные вина или редкие произведения искусства», — говорит она.

Алина Назарова, вице-президент, руководитель блока private banking Номос-банка, говорит, что премиальный сегмент в России выделился в отдельное направление и получил активное развитие с 2000-х годов. «Как правило, основной особенностью данного сервиса является широкая продуктовая линейка финансовых и нефинансовых услуг с возможностью индивидуализации решений. Принцип открытой архитектуры в области инвестиционных, банковских и консультационных услуг, доступных клиентам private banking, позволяет вырабатывать наиболее эффективные решения, оптимизированные с точки зрения затрат», — рассказывает госпожа Назарова.

БОГАТЫЙ МУЖЧИНА СРЕДНИХ ЛЕТ

По просьбе BG банкиры рассказали о портрете клиента private banking. Наталья Котлова, начальник управления по работе с обеспеченными клиентами Росбанка, рассказывает, что в Росбанке к категории состоятельных клиентов относятся лица, имеющие вклад или кредит в банке на сумму от 30 млн рублей, получить же привилегированное обслуживание можно уже при размещении депозита от 4 млн рублей.

Светлана Григорян, управляющий директор Friedrich Wilhelm Raiffeisen (подразделение по работе с состоятельными клиентами ЗАО «Райффайзенбанк»), утверждает, что чаще всего их клиент — это владелец среднего или крупного бизнеса, либо топ-менеджер крупной компании, имеющие разнообразные потребности в финансовых услугах как на уровне своего бизнеса, так и индивидуально, как частный клиент. «Очень часто эти интересы — корпоративный и частный — взаимосвязаны, поэтому наше предложение основано на комплексном подходе к потребностям клиента. По нашему опыту, с такого рода сложными запросами в банк обращаются владельцы капитала от €10–30 млн», — делится она.

Заместитель директора петербургского филиала Банка Москвы по рознично-



ДЛЯ КЛИЕНТОВ РЯДА РОССИЙСКИХ БАНКОВ ПОРОГ ВХОДА В VIP-СЕГМЕНТ СОСТАВЛЯЕТ ВСЕГО 1 МЛН РУБЛЕЙ

му бизнесу Оксана Лихицкая говорит, что, достигнув определенного успеха и материального благополучия, человек задумывается о том, как не только сохранить свое состояние, но и приумножить его. «В этот момент и возникает потребность в индивидуальном обслуживании и индивидуальном сервисе. У нас существует классификация клиентов по количественному и качественному критериям. К первому критерию относятся клиенты (в данном случае подразумевается филиальная сеть Банка Москвы) с остатками на счетах от \$50 тыс., к сегменту „Статусные клиенты“ относятся клиенты, значимые для развития бизнеса банка, к сегменту „Репутационные клиенты“ — известные персоны, обслуживание которых поддерживает репутацию банка», — поясняет госпожа Лихицкая.

Алина Назарова утверждает, что их целевыми клиентами являются предприниматели, топ-менеджеры или собственники бизнеса со свободными средствами от 30 млн рублей. «Данный порог входа обусловлен прежде всего желанием предоставлять качественный спектр диверсифицированных услуг, эффективно соотносящийся с базовыми затратами клиента. Однако отметим, что это достаточно условный „входной билет“ в private

banking. Мы всегда отталкиваемся от потребностей клиента, ориентируемся на долгосрочные отношения с ним, поэтому готовы лояльно относиться к определенному снижению этой планки. На сегодняшний день у наших подразделений private banking есть клиенты, которые держат на счетах меньшую сумму. И мы понимаем, что такой клиент нам интересен, а отношения с ним перспективны», — рассказывает она.

По словам президента — председателя правления банка SIAB Галины Ванчиковой, VIP-клиент для банка — это клиент, обладающий определенным достатком и ограниченным количеством времени. «Обычно это собственники бизнеса или топ-менеджеры крупных компаний. В российских банках в премиум-сегменте порог входа начинается от 1 млн рублей. Если мы говорим о комплексном инвестиционном и финансовом планировании, то порог входа будет от 10 млн рублей и выше», — поясняет она.

Варвара Степанова, начальник управления премиального обслуживания банка БФА, рассказывает, что традиционно к сегменту private banking относят клиентов с суммой инвестиций от \$1 млн. «В 95 процентах случаев это мужчина, как правило, владелец нескольких бизнесов

или ключевой менеджер крупной компании. Горизонт инвестиций составляет около трех лет. Но многие российские банки, говоря о private banking, подразумевают премиальное обслуживание и улучшенные условия по стандартным банковским продуктам. Такие банки снижают порог входа до 5–10 млн рублей и даже до 1 млн рублей», — рассказывает она.

СИНГАПУРСКИЙ ДОЛЛАР ИЛИ ФАМИЛЬНЫЙ ГЕРБ?

Оксана Лихицкая говорит, что клиенты отделения private banking Банка Москвы получают доступ ко всему спектру инструментов российского и международного финансовых рынков. «В самое ближайшее время в нашем филиале планируется значительное расширение сети обслуживания этого сегмента клиентов с увеличением числа персональных менеджеров. Если говорить о видах инвестирования, то все зависит от ожиданий клиента и от его способности или неспособности идти на риск. Задача персонального менеджера заключается в том, чтобы учесть индивидуальность каждого клиента и предложить именно то направление инвестирования, которое будет максимально соответствовать ожиданиям клиента. Кто-то предпочитает инвестировать средства в драгоценные металлы, кто-то в недвижимость, классические банковские продукты, консалтинг (структурные ноты, доверительное управление, брокерское обслуживание). Какими именно продуктами воспользоваться — клиент решает сам», — рассказывает она.

Алина Назарова говорит, что Номосбанк разрабатывает, в том числе, и вклады в экзотических мировых валютах. «Например, интересен сингапурский доллар: он показывает хорошую динамику по сравнению с американским долларом с момента кризиса 2008 года. Недавно мы предложили клиентам премиальную банковскую карту „Добрые дела“ с интересным дизайном из мультфильма „Ежик в тумане“. Продукт включает в себя, помимо стандартного набора привилегий (консьерж, страхование, скидки), также возможность без дополнительных затрат

для клиента почувствовать в благотворительности. Половина процента от каждой транзакции по карте автоматически перечисляется в благотворительный фонд помощи хосписам „Вера“. Также мы предлагаем помощь в создании коллекций произведений искусства и элитных вин. У нас есть продукт „Фамильный герб“, в рамках которого мы совместно со специалистами Союза геральдистов России даем возможность клиентам восстановить картину прошлого семьи и создать свой фамильный герб», — рассказывает госпожа Назарова.

По словам Галины Ванчиковой, клиенты интересуются депозитными продуктами, отдавая предпочтение гарантии сохранности денежных средств. «По-прежнему актуальны инвестиции в недвижимость, драгоценные металлы, камни. Активное развитие в России вслед за Европой получило такое направление, как art-banking, — инвестирование в предметы искусства», — добавляет она.

Светлана Григорян указывает на то, что состоятельные клиенты ориентируются на стратегии, направленные на сохранение капитала. «Сейчас в распоряжении финансовых консультантов есть достаточный инструментарий, чтобы предложить клиентам возможность инвестировать почти в любой выбранный класс активов с полной и безусловной защитой изначально инвестированного капитала. Учитывая невысокие депозитные ставки в иностранной валюте, альтернативные издержки такого рода вложений не выглядят значительными. Поэтому для долгосрочного инвестирования продукты с полной защитой капитала становятся особенно привлекательными», — делится госпожа Григорян.

Заместитель директора департамента по работе с VIP-клиентами банка «Петрокоммерц» Илья Федукин рассказывает, что наиболее популярным продуктом остаются банковские вклады. «До настоящего момента мы так и не ощутили возврата того интереса к фондовому рынку, который был до 2008 года. Этому есть ряд объяснений: большое количество нерешенных экономических проблем как в

России, так и в крупнейших странах Запада, общая нестабильность финансовых рынков и длительное отсутствие роста на российском рынке акций, снижение рентабельности многих российских бизнесов, вывоз капитала, высокие ставки по вкладам на фоне низкой инфляции. Хотя интерес к разного рода защитным стратегиям, построенным на долговых инструментах, был и остается. Говоря же о более рискованных стратегиях, следует заметить, что положительная динамика российских фондовых индексов в последнее время, а также начало снижения банковских ставок могут вернуть интерес клиентов к фондовым инвестициям, что, в свою очередь, даст толчок и к росту актуальных инвестиционных предложений со стороны банков. В то же время, не забывая о том, что предлагаемые варианты инвестирования должны отвечать в большей степени требованиям разумного сохранения средств, а не их существенного приумножения, банки будут оставаться достаточно консервативными в формировании таких предложений», — размышляет господин Федукин.

НЕСФОРМИРОВАВШИЙСЯ ОБЛИК

По словам госпожи Лихицкой, сегодня российские банки предоставляют набор услуг и продуктов, не уступающий по разнообразию, предоставленному западными банками. «В России стараются немного расширить уже существующий набор публичных услуг и назвать этот расширенный вариант private banking обслуживанием крупных клиентов. С настоящим private banking это не имеет ничего общего. Истинный private banking — это как личный врач, только финансовый: он знает всю финансовую историю клиента, разрабатывает тактику и стратегию его вложений и вложений его семьи на много лет вперед», — подчеркивает она.

Галина Ванчикова говорит, что главным отличием российского и западного private banking является порог входа: в зарубежных банках (таких как, к примеру, UBS и Credit Suisse) он составляет не ниже €1 млн. Также зарубежные банки берут комиссии практически за все пре-

доставляемые услуги, тогда как банки РФ стремятся делать услуги бесплатными, создавая премиальный сервис.

Наталья Котлова полагает, что в нашей стране сложившееся на Западе понятие private banking часто воспринимается в упрощенном смысле и ассоциируется лишь с премиальным обслуживанием клиентов. «Однако необходимо понимать, что простая адаптация розничных услуг не обеспечит удовлетворение всех потребностей состоятельного клиента. Работа с данным сегментом заключается в максимально индивидуальном подходе и формировании персональных предложений», — заключает госпожа Котлова.

Илья Федукин отмечает, что понятие классического private banking в большей степени ассоциируется с частными европейскими банками, в первую очередь — швейцарскими, бизнес которых выстроен на многолетних доверительных отношениях с VIP-клиентами.

«К основным преимуществам таких банков до недавнего времени можно было отнести также качественное инвестиционное консультирование и строгое соблюдение банковской тайны. Однако в части инвестиционного консультирования частные банки начинают проигрывать не только инвестиционным, но и глобальным универсальным банкам, да и уверенности клиентов в способности тех же швейцарских банков сохранить информацию о клиентах в тайне значительно поубавилось. На деньги состоятельных клиентов претендуют еще и инвестиционные компании, хедж-фонды и фонды прямых инвестиций. Облик же российского private banking пока еще не успел до конца сформироваться. Колорита в ситуацию на российском рынке private banking добавляет то, что на нем до настоящего времени не появилось игрока, сумевшего выстроить свой бизнес исключительно на работе с состоятельными клиентами, поэтому пока этот рынок развивается исключительно на базе универсальных коммерческих банков», — подытоживает господин Федукин. ■

ТРИВИАЛЬНЫЙ ПРОСЧЕТ НИЗКАЯ ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ И РАСТУЩАЯ ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДКОВАННОСТЬ ПРЕСТУПНИКОВ СОВОКУПНО ДАЮТ ШИРОКОЕ ПОЛЕ ДЛЯ МОШЕННИЧЕСТВА. ОДНАКО ЧАСТО РЕЧЬ ИДЕТ О ВЕСЬМА БАНАЛЬНЫХ ОШИБКАХ ГРАЖДАН: НАПРИМЕР, МНОГИЕ ИЗ НИХ ПРОДОЛЖАЮТ ХРАНИТЬ БУМАЖКИ С ПИН-КОДОМ ОТ КАРТ ВМЕСТЕ С САМИМИ КАРТАМИ В БУМАЖНИКАХ.

УЛЬЯНА ТЕРЕЩЕНКО

Мошенничество в банковской сфере — это лакомый кусок для преступников, так как банки работают непосредственно с деньгами.

По словам президента — председателя правления банка SIAB Галины Ванчиковой, именно поэтому банки уделяют большое внимание противодействию мошенничеству и работе с финансовой грамотностью клиентов. «Виды мошенничества невероятно разнообразны, но чаще всего службам безопасности банков приходится работать с рядом незаконных действий, таких как поддел-

ка части реально существующего документа (замена фотографии, отдельных страниц), изготовление типографским способом документа, содержащего реквизиты реального человека. Это очень сложно различимая подделка, однако в последнее время в связи с развитием полиграфической промышленности она, к сожалению, встречается все чаще. Мошенники применяют также методы нейролингвистических манипуляций, нуждающих людей оформлять кредиты и отдавать полученные деньги. Чаще всего в эту категорию попадают социально не-

защищенные граждане — пенсионеры, безработные, воспитанники детских домов. Впоследствии эти люди вынуждены сами участвовать в мошеннических схемах — уже в качестве „вербовщиков“, — рисует печальную картину госпожа Ванчикова.

Заместитель директора петербургского филиала Банка Москвы по розничному бизнесу Оксана Лихицкая говорит, что самым распространенным видом мошенничества на сегодняшний день является SMS-мошенничество, вторым по распространенности можно, пожалуй,

назвать скимминг. «Но преступники пытаются все время менять схемы, а потому мы всегда призываем своих клиентов быть бдительными. Один из самых негативных примеров — это мошеннические схемы некоторых кредитных брокеров. Используя низкую финансовую грамотность населения по этому вопросу, они зачастую составляют договоры, по которым брокер получает доход даже больше, чем банк. Но страдает от этого, конечно же, в первую очередь заемщик — частное лицо», — рассказывает госпожа Лихицкая. ➔ 20

БЕЗОПАСНОСТЬ

19 → Анна Зайцева, аналитик УК «Финам Менеджмент», отмечает, что в розничном сегменте на сегодняшний день мошенники оперируют широким набором инструментов и весьма высокотехнологичных решений в сфере процессинга. «Одним из наиболее распространенных видов противоправных действий остается кардинг — несанкционированные операции с банковскими картами», — заключает она.

Лариса Магерио, управляющий филиалом «Петровский» банка «Открытие», говорит, что большое количество мошенничеств происходит с использованием пластиковых карт. «Банковская карта с микропроцессором (чипом) является более защищенной, чем карта только с магнитной полосой. Данные, хранящиеся на встроенном чипе, скопировать технически намного сложнее, практически невозможно, поэтому банк „Открытие“ выпускает только чиповые карты, в том числе безымянные моментального выпуска. Если владелец чиповой карты забыл ее в магазине или потерял, риск того, что к моменту обнаружения пропажи картой воспользуются третьи лица, снижен до минимума. Но даже такая карта не сможет защитить от мошенничества при совершении операций в интернете, поэтому для этих целей лучше завести виртуальную карту», — предостерегает она.

ОТ ФАЛЬШИВЫХ БАНКОМАТОВ ДО ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД

Эксперты также приводят в пример и другие виды обмана.

В частности, Владимир Климов, директор регионального центра банка «Хоум Кредит» в Санкт-Петербурге, говорит, что мошенники могут позвонить или прислать письмо с запросом личных данных клиента банка под придуманным предлогом. «Отличить письмо от банка от письма, составленного мошенниками, очень просто — банк никогда не запрашивает данные клиента онлайн. Другими словами, вся та информация, которая необходима для получения кредита (номер паспорта, адрес прописки, место работы), запрашивается банком только в момент оформления кредита лично у клиента, — говорит он. — Однако банки могут на своем сайте просить заполнить онлайн-заявку на кредит, на нашем сайте, например, мы запрашиваем ФИО, дату рождения, регион проживания, прописку, размер ежемесячного дохода и контактные данные. Это так называемый прескоринг, когда на основе первичных данных кредитный специалист рассчитывает для клиента возможное предложение. Однако для процедуры оформления кредита клиент все равно должен будет прийти в офис и предоставить необходимые документы».

Господин Климов солидарен с другими экспертами в том, что одним из наиболее часто встречающихся видов финансовых преступлений является мошенничество с банковскими картами. По его словам, в его банке работает мониторинг сомнительных транзакций. «Если операция по карте вызывает какие-либо сомнения в том, что она осуществлена клиентом, банк незамедлительно уведомляет об этом клиента. Чаще всего имеет место так называемый family fraud — когда картой воспользовался кто-то из родственников или знакомых, а клиент просто недостаточно надежно сохранял карту или свои данные. Также распространенным ви-



ЕВГЕНИЙ ГАВРЕНКО

НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО БАНКИ ПОСТОЯННО СООБЩАЮТ КЛИЕНТАМ ПРОПИСНЫЕ ИСТИНЫ О СПОСОБАХ ЗАЩИТЫ ОТ МОШЕННИКОВ, ГРАЖДАНЕ ПРОДОЛЖАЮТ ДОПУСКАТЬ ПРОМАХИ

дом мошенничества является скимминг, то есть считывание данных с магнитной полосы для последующего изготовления поддельных карт. Для минимизации риска компрометации данных с магнитной полосы карты желательно использовать банкоматы, находящиеся в банковских офисах. Еще встречается использование мошенниками реквизитов карты в интернете. Никому не сообщайте реквизиты своей банковской карты. Для совершения операций в интернете заведите отдельную карту с ограниченным лимитом и используйте известные, проверенные сайты. К сожалению, периодически появляются все новые и новые способы мошенничества с банкоматами, например, установка фальшивого банкомата», — рассказывает господин Климов.

Эксперты считают, что некоторые виды финансовых махинаций оказывают самое негативное влияние на кредитные организации и общество.

К примеру, Роман Гринченко, аналитик «Инвесткафе», говорит, что основную опасность представляют финансовые пирамиды, так как для финансово неграмотных граждан они выглядят очень привлекательно, но при этом наносят ущерб кредитным организациям. «Причиной ущерба является то, что люди, участвующие в пирамидах, берут кредиты, а когда пирамида рухнет, берут кредиты для погашения кредитов, что в итоге способствует росту объемов просроченных задолженностей.

Также стоит отметить привлечение кредитов по фальшивым или чужим документам, что также приводит к росту количества невыплаченных кредитов. Основным залогом безопасности является доскональное изучение подписываемых бумаг, так как чаще всего мошенники для легализации махинаций прописывают условия в договоре, а невнимательные граждане не обращают на них внимание. Еще стоит сопоставлять доходность и риски, так как большинство мошенников обещают высокий доход и отсутствие рисков, что изначально должно настораживать», — говорит он.

ХВАТИТ ДЕРЖАТЬ ПИН-КОДЫ В КОШЕЛЬКАХ

По словам госпожи Лихицкой, никогда не стоит звонить по незнакомым номерам, пришедшим в непонятном SMS-сообщении или отправлять какие-либо данные в ответ на SMS-запросы с незнакомых номеров. «И обязательно подключайте услугу SMS-информирования по пластиковой карте, чтобы иметь возможность отследить любые несанкционированные операции по снятиям или переводам на своих банковских картах», — говорит она.

По словам госпожи Ванчиковой, для того чтобы обезопасить себя от мошенников, нельзя сообщать свои данные малознакомым лицам, стараться по возможности избегать ненужного ксерокопирования документов, не регистрироваться без необходимости на каких-либо сайтах. «В случае утраты паспорта, который является основным документом, удостоверяющим личность, нужно немедленно обратиться в органы УФМС и сообщить об утрате. Время от времени проверять записи своей кредитной истории, один раз в год любой гражданин может это сделать бесплатно. Кроме того, банки рекомендуют пользоваться дистанционными сервисами, которые позволяют контролировать состояния счетов в режиме реального времени: интернет-банк, мобильный банк и SMS-уведомление», — дает несколько советов Галина Ванчикова.

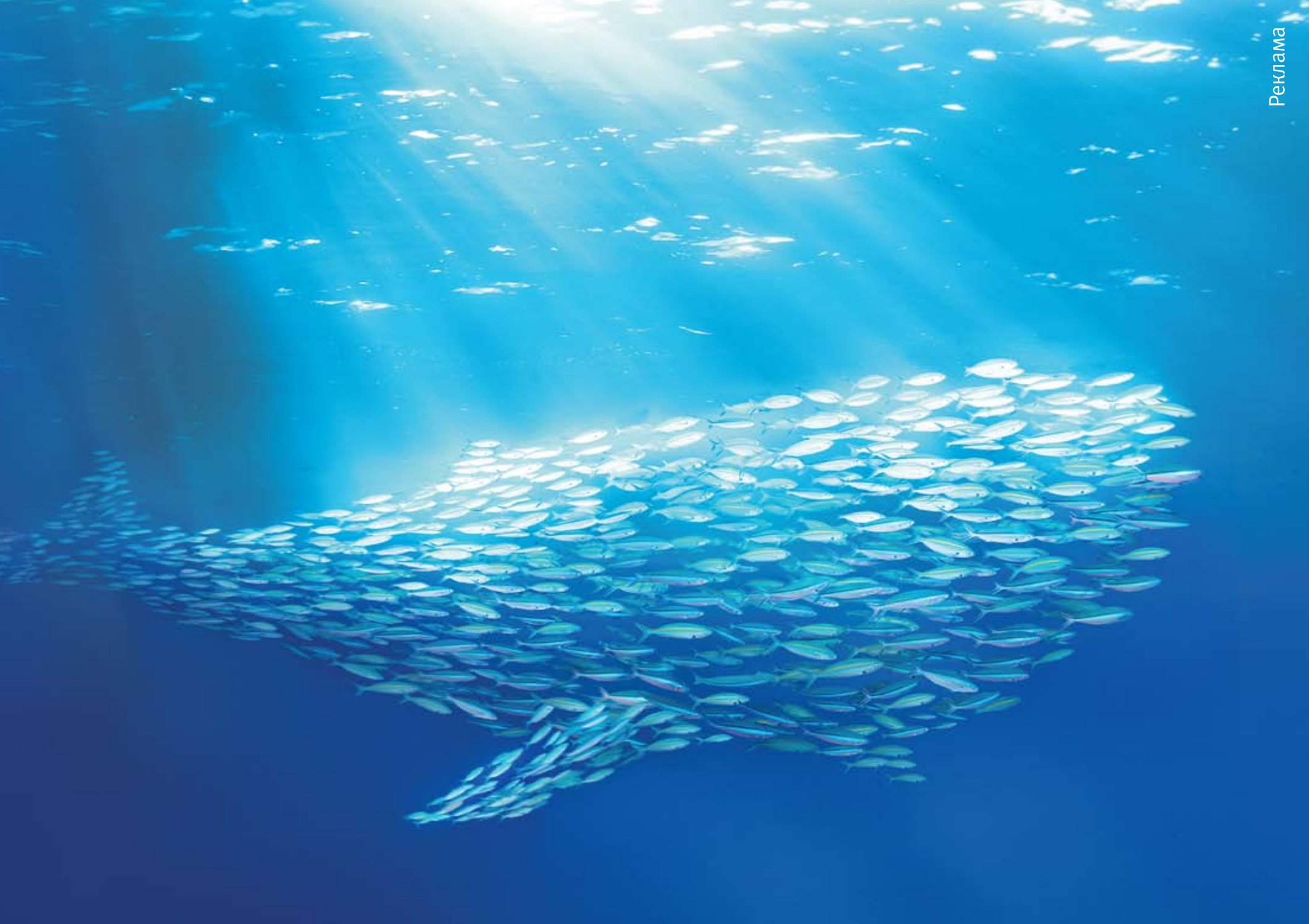
По мнению госпожи Зайцевой, наиболее актуальными инициативами, направленными на снижение уровня преступлений в данном сегменте, остаются развитие информационных программ для населения и дальнейшая оптимизация нормативной базы, направленная на повышение защиты интересов потребителей этих услуг. «В совокупности реализация широкого спектра мер такого характера должна повышать уровень доверия населения в целом к финансовому рынку и безналичными операциям в частности, способствовать росту индустрии банковского процессинга и дистанционных платежей», — выражает надежду она.

Госпожа Магерио говорит, что перед тем как воспользоваться банкоматом, особен-

но находящимся вне банковского офиса, необходимо проверить его на отсутствие в нем скимминговых устройств. «Мошенники устанавливают их на гнездо банкомата, которое принимает банковскую карту, чтобы считать данные вашей карты. Перед вводом пин-кода в банкомате осмотрите клавиатуру на наличие на ней каких-либо дополнительных накладок. Всегда закрывайте банкомат и клавиатуру корпусом и рукой при вводе пин-кода», — предостерегает госпожа Магерио.

Владимир Климов рассказывает, что против мошенничества с картами помогает соблюдение простых мер предосторожности. «Не оставляйте карту без присмотра, не передавайте карту третьим лицам, не используйте ее в подозрительных местах. Сейчас многие банки размещают круглосуточно работающие банкоматы в зонах с видеонаблюдением — предпочтительнее пользоваться банкоматами, находящимися в банковских офисах или именно в таких зонах. Никогда не записывайте пин-код, а если вы это сделали, храните карту и пин-код отдельно. И если вы еще не подключили услугу SMS-уведомлений о транзакциях по карте, необходимо сделать это — данная функция позволит отслеживать все движения по карте и незамедлительно получать информацию об этом», — говорит он.

Что касается пользования банкоматами, то, по словам господина Климова, следует преимущественно пользоваться известными клиентам банкоматами в привычных местах. «Отдавайте предпочтения тем банкоматам, которые установлены в отделениях банков. Обращайте внимание на внешний вид банкомата. Серьезные банки следят за внешним видом своих устройств, и они, как правило, соответствуют корпоративному стилю. Мошенники зачастую пренебрегают такими вещами, выявленные случаи размещения фальшивых банкоматов это подтверждают. Обращайте внимание на то, какому банку принадлежит банкомат. Если банк вам совсем не знаком, воздержитесь от использования такого устройства», — советует господин Климов. ■



Комплексный подход в масштабах Вашего бизнеса



ВТБ

Мир без преград

- *РКО*
- *Кредитование*
- *Управление ликвидностью*

Эффективное управление финансами — залог успешного бизнеса.

В Вашем распоряжении — индивидуальный комплекс решений, который поможет реализовать Ваши планы.

8 (800) 200-77-99

звонок по России бесплатный
www.szrc.vtb.ru

«СЕЙЧАС АКТИВНО РАЗВИВАЮТСЯ КОМПАНИИ, ЗАНЯТЫЕ НА ИНФРАСТРУКТУРНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ»

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ ОАО «БАНК БФА» ДЕНИС ГУМЕРОВ РАССКАЗАЛ ОРРЕСПОНДЕНТУ ВG УЛЬЯНЕ ТЕРЕЩЕНКО О ТОМ, ЕСТЬ ЛИ ПРЕДПОСЫЛКИ К ОЖИВЛЕНИЮ СТАГНИРУЮЩЕЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ, О МИГРАЦИИ БАНКОВСКИХ КАДРОВ И О РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЛАНАХ ПО РАЗВИТИЮ.

BUSINESS GUIDE: Расскажите, пожалуйста, об общей динамике показателей банка в 2013 году.

ДЕНИС ГУМЕРОВ: Мы рассчитываем остаться в рамках принятого бизнес-плана. По объему капитала к концу года банк планирует выйти на уровень 10,3 млрд рублей. Динамика роста капитала за год составит 50%, в том числе за счет прошедшей в этом году дополнительной эмиссии акций. По данным на первое ноября 2013 года объем активов банка оценивался в 84 млрд рублей, к новому году мы рассчитываем нарастить этот показатель до 88 млрд рублей. По средствам клиентов мы ожидаем объем около 43 млрд рублей, в том числе по физическим лицам — около 9 млрд рублей. Кредитный портфель достигнет 36 млрд рублей, прирост за год составит около 40%.

BG: Если говорить про банковский рынок в целом, что, на ваш взгляд, в 2013 году стало наиболее знаковым для российского финансового сектора?

Д. Г.: Трудно выделить тенденции, которые бы значительно повлияли на рыночную ситуацию. Продолжается разработка новых требований Центробанка к банкам и пристальный контроль над их деятельностью. В связи с этим наблюдалось увеличение активности Центрального банка в отношении непокрытых реальными залогами ссуд физическим лицам. В этом году было много публичных высказываний на этот счет, поэтому эта активность стала заметной. Все остальное находится скорее в тренде нормальной коммерческой деятельности.

BG: Есть ли предпосылки, что в обозримом будущем станет заметно оживление в российской экономике?

Д. Г.: Темпы роста российской экономики снижаются. После кризисных явлений каких-то очевидных точек роста пока не возникло. Есть определенный рост на жилищном рынке с точки зрения объемов ипотеки и строящегося жилья. Но это, скорее всего, накопленные факторы, которые характерны для нашего российского рынка. Дефицит жилья был, есть и будет, поэтому активность на этом

рынке будет присутствовать. По статистике, накопления населения увеличиваются, что подтверждает растущую потребительскую неопределенность в обществе, когда люди предпочитают сберегать, а не тратить. Приобретение жилья тоже можно рассматривать в качестве одного из факторов сбережения. С другой стороны, люди, достигнув определенного уровня накоплений, улучшают свои жилищные условия. У строительных компаний есть спрос на привлечение заемных средств для реализации проектов, но стоит отметить, что около 30% петербургских компаний воплощают в жизнь свои проекты, не прибегая к кредитам, используя собственные средства или привлекая их на финансовых рынках.

BG: Каким образом растет корпоративный сегмент у банков на фоне стагнирующей экономики России?

Д. Г.: Если рассматривать отдельные сегменты, то сейчас активно развиваются компании, занятые на инфраструктурных направлениях, — это энергетика, дорожное строительство, топливный рынок. Компании, работающие с госзаказами, больше кредитуются, поскольку нуждаются в оборотном капитале, так как в последнее время закупки работают не по авансовой схеме, а по факту поставки. Хотя в этом секторе большую активность проявляют государственные банки, а коммерческим банкам приходится работать с субподрядчиками, что, конечно, более рискованно. В остальном происходит перераспределение клиентов, так как новых игроков практически не появляется. Сейчас очень активна конкуренция за клиента с точки зрения качества предоставления услуг, так как с позиции цены банковские продукты почти одинаковы на рынке. Для клиента важным показателем является время, прошедшее от первого обращения за кредитом до момента реализации проекта, особенно если компания участвует в государственном тендере. В данной ситуации у коммерческих банков есть возможность побороться за клиента.

BG: То есть определенная миграция клиентов между банками существует?



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Д. Г.: Безусловно, она существует. Как правило, крупные клиенты не работают с одним банком. Наибольшая доля сделок, конечно, приходится на ведущих игроков, однако другие коммерческие банки ведут себя довольно активно. У каждого банка своя система работы, свои требования к заемщикам, поэтому клиенты всегда могут выбрать тот банк, который готов выполнить текущие задачи. Тем не менее нельзя говорить о значительной миграции клиентов, поскольку корпоративный банковский рынок, особенно в регионах, довольно консервативен, а отношения банков с клиентами выстраиваются в долгосрочной перспективе, а не для разовых сделок.

BG: Давайте перейдем от миграции клиентов к миграции кадров. Высока ли текучка в банковской сфере? По каким позициям она наиболее ощутима?

Д. Г.: Текучка кадров для банковского сектора не столь характерна из-за специфики рынка. Если говорить о конкретных позициях, то, безусловно, отличия по ротации кадров в различных специализациях, конечно, присутствуют. Средний менеджерский состав — это устойчивые позиции, при этом операционные и кассовые работники гораздо легче меняют место работы. На этих позициях существуют максимально стандартизированные требования, поэтому основные критерии выбора банка для таких специалистов основываются на удобстве — то есть на режиме работы и расположении офиса.

BG: По каким позициям вы испытываете нехватку качественного персонала?

Д. Г.: Я бы не сказал, что в банковской сфере существует нехватка качественного персонала. Сейчас количество игроков рынка сокращается, зачастую путем объединения и укрупнения коммерческих банков. В связи с этим квалифицированный персонал на рын-

ке есть, хотя специалистов высокого уровня найти сложно — всегда будут востребованы специалисты корпоративного финансирования, квалифицированные кадры по рознице, профессионалы инвестиционного банкинга. Впрочем, задавшись целью, можно найти любого специалиста.

BG: Обратимся к планам по развитию. Какие перед вами стоят задачи на 2014 год?

Д. Г.: Хотелось бы сохранить имеющиеся темпы роста, хотя объективно мы понимаем, что это будет непросто. В качестве драйверов роста для банка мы видим выход на региональные рынки, активизацию работы в Москве. В прошлом году мы открыли филиал в Москве, сейчас он начал приносить прибыль. Также мы продолжим развивать наш розничный проект. Безусловно, исходя из существующей ситуации на рынке и позиции регулятора, это будет преимущественно залоговое кредитование. Мы продолжим совершенствовать технологии, в том числе удаленного обслуживания, что, помимо удобства для клиента, позволит нам сократить издержки.

BG: В каких регионах вы намерены открывать офисы?

Д. Г.: Мы смотрим на центральную часть России, нам интересен Краснодарский край. Но открытие регионального офиса оправданно только при наличии пула клиентов в конкретном регионе. Формировать портфель региональных клиентов мы планируем, в том числе, через Москву — из числа компаний с центральным офисом в столице. Так мы поступили с московским филиалом — сначала в столице был открыт расчетно-кассовый офис, мы сформировали пул клиентов, а потом на основе этого офиса зарегистрировали филиал. Из общего числа клиентов уже четверть приходится на московский филиал. В течение нескольких лет мы рассчитываем, что этот показатель достигнет 50%. ■

БАНКИРЫ РАССЧИТЫВАЮТ НА СУПЕРГЕРОЕВ

РОССИЙСКИЕ БАНКИ ТРАТЯТ ДО 7% ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ВЫРУЧКИ НА РЕКЛАМУ, ПРИ ЭТОМ СРЕДИ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ НАБИРАЕТ ИНТЕРНЕТ. НЕКОТОРЫЕ ИЗ БАНКОВ ИСПОЛЬЗУЮТ ДЛЯ СВОЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ АКТЕРОВ ИЛИ ОБРАЗЫ ТАКИХ ГЕРОЕВ, КАК ЖЕЛЕЗНЫЙ ЧЕЛОВЕК, ДРУГИЕ ЖЕ БАНАЛЬНО ПОКУПАЮТ БАЗЫ ДАННЫХ ГРАЖДАН И ДОКУЧАЮТ ИМ ЗВОНКАМИ. УЛЬЯНА ТЕРЕЩЕНКО

Для продвижения банками используется широкий спектр каналов. При этом следует отметить, что при выборе рекламных площадок рекламодатели отдают предпочтение интернету. По данным Ассоциации коммуникационных агентств России, объем рекламы в интернете за девять месяцев 2013 года вырос на 29% (в том числе: медийная реклама — на 13%, контекстная — на 36%). Другие сегменты демонстрировали меньшие темпы прироста: телевидение — 11%, радио — 16%, наружная реклама — 7%. Примечательно, что продолжается спад рекламных сборов у печатной периодики (–7%). По данным банкиров, в российской банковской индустрии принято считать адекватными затраты на продвижение на уровне 5–7% от операционной прибыли.

По словам директора по маркетингу ОАО «Банк «Санкт-Петербург»» Александра Юдина, банк «Санкт-Петербург» формирует клиентскую базу только из контактных данных клиентов, давших согласие на получение информации от банка. «Продвижение продуктов банка осуществляется в соответствии с общепринятыми правилами морали и этики. В наших рекламных сообщениях не используются провокационные слоганы и неоднозначные визуальные образы», — заверил он.

Инна Эстрина, руководитель по маркетингу Северо-Западного региона Альфа-банка, говорит, что качество и корректность рекламных коммуникаций — одна из важных составляющих репутации банка. «Репутация в банковском бизнесе слишком важна, чтобы ею рисковать, и она явно дороже, чем сиюминутные выгоды от некорректно проведенной рекламной кампании», — уверена госпожа Эстрина.

По словам президента — председателя правления банка SIAB Галины Ванчиковой, есть набор каналов, которые можно назвать классическими для банковской отрасли. «В первую очередь это телевидение, радио и пресса. При этом все более активным становится присутствие банков в интернет-пространстве, также банки в последние годы весьма охотно используют BTL-инструментарий (below the line — «под чертой» — комплекс маркетинговых коммуникаций, отличающихся от прямой рекламы. — **BG**)», — говорит она.

ОТКУДА ДРОВИШКИ? Алексей Самионов, руководитель отдела федерального маркетинга инвестиционного холдинга «Финам», считает, что в мобильном маркетинге нет ничего нового и характерного именно для кредитных организаций — так или иначе мобильный маркетинг используют все компании, независимо от сектора экономики. «Условно говоря, есть два основных способа получения контактов (телефон, e-mail, возраст, пол, род занятий): от существующих



ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СВОИХ УСЛУГ БАНКИ ИСПОЛЬЗУЮТ РАЗНООБРАЗНЫЕ КАНАЛЫ — ОТ СТАНДАРТНОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И РЕКЛАМЫ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ ДО ИНТЕРНЕТА

щих клиентов и из открытых источников. В первом случае данные могут быть получены при оформлении договора на оказание той или иной услуги или при продаже товара, а во втором — при анализе внешних источников информации. К примеру, контакты можно собрать, воспользовавшись имеющимися в продаже базами стационарных и мобильных телефонных номеров, путем сканирования и анализа различного рода интернет-ресурсов с помощью специализированного программного обеспечения. Полученная база контактов может быть использована как для осуществления «холодных звонков», так и для осуществления соответствующих SMS-рассылок. Согласно требованиям законодательства, абонент предварительно должен дать согласие на получение такого рода информации, в противном случае рассылки нелегитимны», — рассказывает господин Самионов.

Наталья Самойлова, руководитель аналитического отдела ИК «Golden Hills-Капиталь АМ», говорит, что нередко «слив» телефонных баз идет со стороны сотовых операторов в связи с высокой текучкой кадров, имеющих доступ к такой информации. «Иногда имеет место фактически «обмен» информацией между различными банками. Современные технологии позволяют генерировать миллионы случайных чисел, среди которых довольно часто оказываются номера мобильных телефонов реальных людей. А еще — как альтернатива — есть определенные сай-

ты, на которых множество баз в открытом доступе: ГИБДД, ГТС, мобильные операторы, наличие судимости», — говорит она.

Игорь Лапшин, начальник департамента маркетинговых коммуникаций банка «Открытие», рассказывает, что для «обзвона» потенциальных клиентов банки, как правило, используют легальные базы данных. «В основном это данные интернет-регистрации на собственных сайтах, сайтах различных финансовых организаций, информационных ресурсах, базы данных существующих и бывших клиентов. В зависимости от продаваемого продукта или услуги могут использоваться также контакты, собранные во время профессиональных выставок, конференций или в процессе различных BTL-акций. Некоторые не очень честные банки используют так называемые «серые» данные. За небольшие деньги они приобретают базы страховых компаний, абонентов сотовых и городских сетей, Госавтоинспекции, Государственной регистрационной палаты и даже Бюро кредитных историй. Звонки из организаций, которым человек не оставлял свои контакты, у большинства людей, как правило, вызывают негативную реакцию и расцениваются как вторжение в личное пространство. Очень сомневаюсь, что подобные звонки могут способствовать продажам, и уж точно они не улучшат имидж этих кредитных учреждений», — рассуждает господин Лапшин.

ВОПРОС МОРАЛИ Сотрудники банков в один голос утверждают, что с большим вниманием относятся к своим клиентам и, заботясь о своей репутации, соблюдают этику в продвижении своих продуктов.

Однако Наталья Самойлова указывает на то, что раздражение населения растет: люди измучены агрессивными звонками различных банков, которые не смущаются в выборе времени, ведь это может быть любое время суток и любой день недели. «Кроме того, распространенный ход по рассылке кредитных карт с предложением в виде публичной оферты и вовсе выходит за грани дозволенного, учитывая навязчивый характер таких решений и абсолютную незащищенность потенциальных клиентов. Условия прописываются таким образом, что только с наступлением дня оплаты становится ясно, что проценты по кредиту гораздо выше ожидаемых. Именно такая ситуация и спровоцировала в прошлом году жителя Воронежа противостоять неэтичному поведению банка ТКС. Все мы помним, чем это закончилось — сама же организация наступила на свои же грабли под названием «публичная оферта», — приводит пример госпожа Самойлова.

ПРИКОЛЬНАЯ РЕКЛАМА Наибольшее впечатление на потенциальных клиентов оказывают, конечно же, неординарные рекламные ходы.

Господин Самионов говорит, что, как правило, неординарная с точки зрения контента реклама так или иначе базируется на использовании юмора или уважаемых аудиторией персонажей — артистов, общественных деятелей, спортсменов. «В данном контексте весьма интересной можно назвать кампанию банка «Траст» с привлечением актера Брюса Уиллиса, различные шуточные баннеры СКБ-банка, Банка Москвы с изображением экс-мэра Лужкова», — приводит примеры господин Самионов.

Игорь Лапшин рассказал, что ему понравился рекламный ход коллег из СКБ-банка с серией рекламных плакатов с забавными старушками и слоганами «Бабки разные нужны» или «Бабок много не бывает». «Необычный и неоднозначный подход выбрал и банк «Траст», который использует в качестве коммуникатора образ брутального Брюса Уиллиса. Примеров подобной рекламы много, главное не опуститься до банальности или пошлости, чтобы не получить обратный эффект», — подытоживает он.

Александр Юдин рассказывает о том, что банк «Санкт-Петербург» представил на прошедшей выставке «Ярмарка не-движимости» так называемую мобильную библиотеку. → 26

ГОСПРОГРАММА ВЫТЯГИВАЕТ ПРОДАЖИ

СЛАБАЯ ДИНАМИКА АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА НЕ ПОЗВОЛЯЕТ РЫНКУ АВТОКРЕДИТОВАНИЯ ДЕМОНСТРИРОВАТЬ ВЫСОКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ. В ВЫБОРЕ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРИ ПОКУПКЕ АВТОМОБИЛЯ ФИЗИЧЕСКИЕ ЛИЦА ПО-ПРЕЖНЕМУ ПРЕДПОЧИТАЮТ ТРАДИЦИОННЫЕ КРЕДИТЫ, ОДАВАЯ ЛИЗИНГ НА ОТКУП ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ И КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТАМ. ИГОРЬ ГЕРАСИМОВ

По итогам первого полугодия объем выдачи автокредитов в РФ вырос на 21% — с чуть более 190 млрд рублей до примерно 235 млрд рублей. Стоит отметить, что рост рынка новых автомобилей был медленнее — лишь 18%, тогда как объем продаж кредитов на поддержанные автомобили вырос почти на 45%. Правда, пока данный сегмент намного меньше, чем первичный, — около 28 млрд рублей.

Антон Сороко, аналитик инвестиционного холдинга «Финам», говорит, что по итогам 2013 года темп роста рынка автокредитования, скорее всего, несколько замедлится, и виной тому слабая динамика первичного авторынka. «В перспективе нескольких кварталов ставки по такому виду кредитов могут снизиться в рамках 0,25–0,75 процентных пункта, на фоне стабильных инфляционных ожиданий и сдержанной денежно-кредитной политики ЦБ РФ. Как и прежде, один из ключевых вкладов в этот процесс роста рынка автокредитования делают кэптивные банки. Собственно, поэтому их доля продолжит расти, а часть рынка универсальных банков — снижаться. На наш взгляд, целевым значением для кэптивных банков будет часть, занимаемая на рынках развитых стран, а именно — 50 процентов. Сейчас же эта доля в России составляет около 25 процентов».

В конце 2012 года на российском автомобильном рынке наблюдалось снижение темпов роста. В 2013 году эта тенденция сохранилась. Таким образом, этот фактор будет негативен для рынка автокредитования. Независимые эксперты ожидают по итогам 2013 года увеличение этого сегмента рынка на 18–20%.

Михаил Кузьмин, аналитик «Инвесткафе», считает, что автокредитование осталось привлекательным и для клиентов, и для банков. «Уже каждая вторая машина покупается в кредит. Для банка автокредитование — это кредит с залогом, что значительно снижает риски банка. Из тенденций следует отметить, что все большее число банков предлагает включать страховки, в том числе каско, в тело кредитов, что удобно для клиентов, правда, значительно увеличивает размеры их выплат по кредиту», — говорит он.

По словам старшего вице-президента, управляющего филиалом ВТБ24 в Санкт-Петербурге Михаила Иоффе, если по итогам десяти месяцев 2012 года ВТБ24 выдал в Санкт-Петербурге свыше 9,3 тыс. автокредитов на общую сумму 5,2 млрд рублей, то по итогам десяти месяцев этого года — почти 11,8 тыс. автокредитов на сумму 6,7 млрд рублей. «Таким образом, на фоне незначительного общерыночного падения объема выдач автокредитов наш прирост составил 30 процентов относительно прошлого года. Это позволило нам сохранить



ПРОГРАММА СУБСИДИРОВАНИЯ ПРОЦЕНТНЫХ СТАВОК ПРОСТИМУЛИРОВАЛА ИНТЕРЕС ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ПОКУПКЕ АВТОМОБИЛЕЙ

первое место на рынке города как по объему выдач, так и по объему портфеля автокредитов. По итогам года мы планируем выдать свыше 14 тыс. автокредитов на общую сумму более 8 млрд рублей», — прогнозирует господин Иоффе.

ГОСУДАРСТВО В ПОМОЩЬ Эксперты считают, что рынок в первую очередь поддерживают госпрограммы.

Александр Конышков, директор Северо-Западного регионального центра ЗАО «Райффайзенбанк», утверждает, что во втором полугодии 2013 года ставки по автокредитам начали снижаться. «Главным образом за счет субсидирования автопроизводителями. Введение программы компенсации ставок государством позволило коммерческим банкам поднять уровень продаж автокредитов выше уровня 2012 года. По нашим прогнозам, по итогам года рост рынка составит минимум 50–55 процентов», — делится мнением господин Конышков.

По словам Михаила Иоффе, ключевые тенденции в этом сегменте кредитования, безусловно, связаны с запуском программы государственного субсидирования процентных ставок по кредитам на покупку автомобилей стоимостью до 750 тыс. рублей. «Запуск программы позволил предотвратить наметившийся был обвал автомобильного рынка в России, хотя, конечно, с учетом большого числа банков-участников

в данной программе ее эффект не так сильно бросается в глаза. Разумеется, программой субсидирования ставок активно пользуются те, кто и так собирался покупать автомобиль в кредит. В связи с этим на рынке стали доминировать кредиты, оформляемые сроком на три года, тогда как еще в начале года абсолютным лидером были кредиты сроком на пять лет. Это связано с тем, что ежемесячный платеж по стандартным банковским ставкам при оформлении кредита на пять лет примерно равен ежемесячному платежу по ставке, субсидируемой государством, при оформлении кредита на три года. Клиенты, разумеется, предпочитают оформлять кредит на меньший срок и с меньшей переплатой. Однако, по нашей оценке, существенная часть продаж автомобилей в кредит, без запуска госпрограммы субсидирования ставок, была бы отложена потенциальными заемщиками на следующий год», — подводит черту господин Иоффе.

Что касается ставок, то, по мнению Михаила Иоффе, они в обозримой перспективе вряд ли будут изменяться.

С этим мнением не согласен Михаил Кузьмин, который считает, что с учетом замедляющихся темпов роста кредитования без обеспечения, требования к которому ужесточает ЦБ, автокредитование наряду с ипотекой может стать более актуальным продуктовым решением для кредитных организаций. «И здесь мы сможем увидеть

некоторое снижение ставок в следующем году», — констатирует он.

ОПЫТ ЛИЗИНГА Впрочем, помимо традиционного автокредитования, на рынке представлены и другие финансовые инструменты, например, лизинг.

Роман Романовский, ведущий аналитик отдела рейтингов кредитных институтов «Эксперт РА», говорит, что, по оценке агентства, доля проданных в лизинг легковых автомобилей среди всех реализованных в первом полугодии 2013 года авто составляет 3–5%.

Как ранее говорил Дмитрий Маркин, руководитель группы по работе с автосалонами компании «Альянс-Лизинг», доля легковых и коммерческих автомобилей, приобретаемых в кредит и лизинг, в регионах выше, чем в Москве и Петербурге, и она достигает 20%.

«Активность пользования финансовыми инструментами в регионах очень неоднородна. Доли автомобилей, приобретенных в лизинг и кредит, составляют, соответственно, 40 и 60 процентов в Москве и Петербурге и 30 и 70 процентов — в регионах. Для банков основной инструмент стимулирования — ставка кредитования. Лизинговые компании, кроме финансового регулирования, предлагают облегчение пакета запрашиваемых документов и упрощение организационных условий заключения договоров», — говорит он. ■



Зимой в Петербурге

+ 9 %

Вклад «Зимний Петербург»

8 / 812 / 329 5050
www.bspb.ru

Вклад принимается в RUB, USD, EURO на сроки 181, 367, 548 дн. Ставки при сроке вклада 181 дн. и сумме от 10000 до 1499999.99 RUB; от 1500000 RUB; от 500 до 49999.99 USD; от 50000 USD; от 500 до 49999.99 EURO; от 50000 EURO – 7.50%; 7.75%; 1.85%; 2.15%; 1.50% и 1.80% год. соответств. Ставки при сроке вклада 367 дн. и сумме вклада от 10000 до 1499999.99 RUB; от 1500000 RUB; от 500 до 49999.99 USD; от 50 000 USD; от 500 до 49999.99 EURO; от 50000 EURO – 8.10%; 8.35%; 2.75%; 3.00%; 2.50% и 2.75% год. соответств. Ставки по вкладу при сроке вклада 548 дн. и сумме от 10000 до 1499999.99 RUB; от 1500000 RUB; от 500 до 49999.99 USD; от 50000 USD; от 500 до 49999.99 EURO; от 50000 EURO – 8.75%; 9.00%; 3.25%; 3.55%; 2.85% и 3.10% год. соответств. ставка фиксируется в момент заключения договора вклада. Для ветеранов и инвалидов ВОВ, жителей блокадного Ленинграда и граждан, награжденных медалью «За оборону Ленинграда», мин. сумма вклада – 1000 RUB / 50 USD / EURO). Выплата % в конце срока вклада. Доп. взносы и частичные изъятия по вкладу не предусмотрены. При досрочном расторжении договора вклада % начисляются по ставке вклада «До востребования» в соответств. валюте, действ. в Банке на момент изъятия вклада за весь период нахождения средств во вкладе. По окончании срока вклад продлевается на условиях след. сезонного вклада. При отсутствии на дату пролонгации сезонного предложения пролонгация осущ-ся на условиях вклада «Стратег», действ. на момент окончания срока вклада. При отсутствии вклада «Стратег» на момент продления, вклад считается продленным на условиях вклада «До востребования». Вклад принимается с 01.11.2013 по 31.01.2014. Ставки – по состоянию на 02.12.2013. ОАО «Банк «Санкт-Петербург». Ген. лицензия Банка России №436 от 19.09.1997. Реклама.

23 → «На виртуальных полках этой необычной библиотеки расположились „тома“ с условиями ипотечных программ банка, необходимыми для оформления ипотеки документами, ссылки на сайты застройщиков, а также произведения русских и зарубежных классиков. Стенд банка был оснащен бесплатным доступом к сети Wi-Fi, каждый посетитель получал пароль и через QR-код, размещенный на корешках книг, загружал ту или иную информацию в нужном электронном формате. Мобильная библиотека была задумана и реализована не только как средство для скачивания книг, но и как принципиально новый сервис широкого спектра, выполняющий информационную, культурную и консультативную функции», — рассказал он.

Инна Эстрина говорит, что им есть чем гордиться. «Например, лицом рекламной кампании интернет-банка „Альфа-Клик 2.0“ стал Железный человек — легендарный супергерой одноименного фильма в исполнении Роберта Дауни-младшего. В рамках этой рекламной кампании между студией Disney и Альфа-банком был заключен контракт на использование образа героя фильма „Железный человек 3“. Основной акцент в кампании был сделан на размещении наружной рекламы и роликов в кинотеатрах в качестве заставки к фильму. Также была выпущена ограниченная партия карт с изображением супергероя. Всем сотрудникам и клиентам Альфа-банка мы предлагали заказать два вида дизайна карт с Железным человеком, чтобы каждый мог выбрать тот, что больше понравится. Еще один отличный проект — это сотрудничество с музеем „Гранд Макет Россия“. Альфа-банк стал первым и единственным банком, который разместил свои отделения, рекламные щиты и автомобили инкассации в этом уникальном петербургском проекте. Основная задача состояла в том, чтобы тонко и естественно „внедрить“ Альфа-банк в существующую инфраструктуру макета и сделать это без раздражения посетителей „еще одной рекламой банка“. Поэтому мы разместили одну-две рекламные конструкции в каждом „регионе“ страны. Посетители музея в очередной раз убеждаются в том, что Альфа-банк — крупный федеральный банк, представленный во всех регионах страны, что наш банк — удобный, понятный и всегда рядом. Фото рекламы банка на макете уже выкладывают в социальные сети, что также способствует повышению узнаваемости бренда», — поделилась она.

Наталья Самойлова приводит в качестве примера серию баннеров в рамках рекламы кредитных услуг: на платных столбах в центре в Москве выставляли старые советские машины — «Нет денег на новую машину? Кредиты МКБ»; в витрине магазина мехов — «Молодая жена, большие расходы? Кредиты МКБ»; в меню ресторанов — «Нет денег на фуа-гра? Кредиты МКБ».

«На реконструируемых зданиях вешали брендмауэры про деньги, которые закончились раньше, чем ремонт. Реклама в Домодедово предлагала воспользоваться кредитом, чтобы хватало денег на бизнес-класс. На рекламных щитах имитировался сорванный плакат, а на месте срыва объявление: „Закончились деньги на рекламную кампанию?“ В итоге Московский кредитный банк выполнил годовой план кредитования меньше чем за полгода», — рассказала она. ■

ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ КРЕДИТОВ

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР — ОДИН ИЗ САМЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ В РОССИИ. БАНКИ ИНВЕСТИРУЮТ МИЛЛИАРДЫ РУБЛЕЙ В РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА, МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ И КАРТОЧНЫХ СЕРВИСОВ.

УЛЬЯНА ТЕРЕЩЕНКО

Новации присутствуют и в дистанционном обслуживании, и в услугах, предлагаемых в банкоматах, и в системах безопасности. Цель большинства инноваций — улучшение качества обслуживания клиентов и снижение издержек. Так, перевод части клиентов на дистанционное обслуживание позволит сэкономить кредитной организации (и всему банковскому сектору в целом) огромные средства, особенно это актуально для кредитных организаций с большим количеством отделений (например, для Сбербанка или ВТБ24).

По словам Михаила Кузьмина, аналитика «Инвесткафе», технологическое оснащение — дорогое удовольствие. «В связи с этим небольшим кредитным организациям все сложнее соперничать с крупными участниками рынка. Цель кредитных организаций — максимально упростить для клиентов предоставление банковских услуг, чтобы клиент мог провести практически любую операцию на своем смартфоне», — говорит он.

Старший вице-президент, управляющий филиалом ВТБ24 в Санкт-Петербурге Михаил Иоффе указывает на то, что банки постоянно модернизируют свои технологии — в первую очередь это, конечно, касается систем дистанционного управления счетами. «И сфера интернет-банкинга, и сфера мобильного банкинга постоянно развиваются. В частности, ВТБ24 осенью серьезно модернизировал интерфейс системы дистанционного банковского обслуживания „Телебанк“. В ближайшее время в систему будут внесены дополнительные улучшения, будет улучшаться и „Мобильный банк ВТБ24“, разработанный для телефонов с платформами iOS, Android, Windows Mobile, Symbian. В ноябре в Петербурге наш банк в рамках пилотного проекта модернизировал более двух десятков банкоматов, оснащенных устройствами по приему банкнот, дополнив их функцией „ресайклинг“. Теперь эти банкоматы могут выдавать те банкноты, что получили от клиентов. По итогам данного проекта такого рода модернизация затронет и банкоматы ВТБ24 в других регионах страны. В результате это позволит существенно сэкономить расходы на работу инкассаторов», — рассказывает он. По словам господина Иоффе, затраты на внедрение новых технологий могут быть совершенно разными — в зависимости от программы. Только за последний год ВТБ24 потратил на развитие IT несколько миллиардов рублей.

ИННОВАЦИОННЫЙ СКАЧОК Руководитель петербургского филиала Банка Москвы Алексей Кольчик утверждает, что этот год характерен грандиозным скачком отрасли инновационных продуктов от ряда ведущих банков. «Произошел глобальный перевод больших долей платежей в удаленные каналы. Так, совсем недавно Банк Москвы внедрил новый

вид услуги — приложение для работы с банковскими картами для смартфонов. Кроме того, у нас завершился „пилот“ по выпуску карт „Электронное правительство“. Мы выпустили около 1,5 тыс. таких карт и планируем и дальше их выпускать, поскольку видим соответствующую нишу», — рассказывает он.

Александр Васильев, начальник управления собственного процессинга банка БФА, утверждает, что сфера банковского обслуживания в настоящий момент постепенно переходит в онлайн. «Активно развиваются интернет- и мобильный банкинг. Карточная инфраструктура расширяется бесконтактной технологией NFC, а некоторые эксперты даже прогнозируют отказ от „пластика“ как платежного инструмента», — говорит он.

По словам господина Васильева, в условиях жесткой конкуренции, когда тарифы на банковские операции у большинства банков сравнялись, внедрение инновационных технологий помогает привлечь новых клиентов. «Однако надо понимать, что важно не только первым выйти на рынок с инновационным продуктом, но и обеспечить качественную клиентскую поддержку, в том числе необходимо и повышение финансовой грамотности населения, поскольку клиенты, как правило, не используют на сто процентов все предоставленные банком технологические возможности», — печалится господин Васильев.

Марат Гареев, директор по корпоративному бизнесу филиала «Санкт-Петербургский» Альфа-банка, утверждает, что их банк сосредоточился на развитии дистанционного обслуживания не только в розничном сегменте. «Технологии, которые банк внедряет в корпоративном сегменте, вскоре позволят обслуживающимся в нем компаниям не только избежать лишних визитов в отделение, но и вовсе отказаться от бумажного документооборота в отношениях с банком и контрагентами», — рассказывает он.

Илларион Яловенко, начальник управления развития интернет-банка Альфа-банка, также подтверждает, что банковское обслуживание развивается достаточно динамично, и очевиднее всего прогресс в сфере удаленных каналов банковского доступа. «Основные задачи, которые решаются при внедрении нового функционала, сводятся к двум большим направлениям: упрощение использования и дальнейшее повышение безопасности. Следующий тренд, который набирает обороты, — аналитика финансовых операций клиента банка и предложение оптимизации трат. В свете развития последнего направления Альфа-банк запустил сервис персонального финансового менеджмента, более известного на рынке под аббревиатурой PFM (personal financial management). Этот сервис позволит человеку в автоматическом режиме анализировать, куда и сколько было потрачено, и создавать



ЕВГЕНИЙ ГАВЛЕНКО

БОЛЬШИНСТВО ИННОВАЦИЙ, КОТОРЫЕ ВНЕДРЯЮТСЯ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ОРИЕНТИРОВАНЫ НА РАЗВИТИЕ УДАЛЕННЫХ КАНАЛОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ

в конце отчетного периода визуализированные отчеты. Отчеты могут быть с небольшой степенью детализации („на продукты в этом месяце было потрачено икс рублей, а на поездки и путешествия — игрек“), а могут содержать и более глубокую детализацию — вплоть до отображения затрат на определенные продукты в этом месяце», — подытоживает господин Яловенко.

УДАЛЕННЫЕ ВКЛАДЫ И SMS-СЕРВИСЫ

Наталья Байнина, управляющий Северо-Западным филиалом банка «Интеза», говорит, что в ноябре банк «Интеза» запустил SMS-сервис нового поколения «Будь в курсе» для руководителей предприятий и главных бухгалтеров. Этот сервис позволяет быть в курсе всех операций по счету компании, информирует о приближении даты погашения кредита, сообщает о доступном балансе. «Обладатели сервиса могут самостоятельно отслеживать документооборот по валютному контролю, узнавать о зачислениях и списаниях, он также может использоваться и как сигнализация: SMS на мобильный телефон можно получать при каждом входе в систему „Электронный банк“. Для доступа нужен всего лишь мобильный телефон любой модели, на который не требуется установка специальных приложений», — рассказывает она.

Директор по розничному бизнесу Северо-Западной дирекции Росбанка Алексей Главатских также говорит, что основные инновации в банковском бизнесе вращаются сегодня вокруг дистанционных каналов обслуживания и развития возможностей безналичной оплаты при помощи пластиковых карт. «Первое направление включает в себя расширение функционала систем интернет-банкинга, появление мини-офисов и автоматизированных терминальных помещений, где клиенту доступно большинство услуг банка, а персонал либо полностью отсутствует, либо состоит из одного-двух консультантов. Интернет-банкинг идет по пути увеличения перечня услуг, которые можно получить, не приходя в отделение. Несмотря на то, что большинство операций по-прежнему составляют выписки по счетам и денежные переводы, все чаще в арсенале интернет-систем появляются услуги, казавшиеся еще недавно на сто процентов офлайн-овыми. Например, Росбанк этой осенью запускает услугу по открытию вкладов физических лиц через интернет. Одновременно банки расширяют перечень партнеров для перевода средств по упрощенным процедурам. К ним относятся электронные платежные системы, мобильная связь, интернет-провайдеры, крупные ритейлеры и интернет-магазины. Таким образом, банки конкурируют с операторами сотовой связи за повседневные и регулярные денежные переводы», — рассказывает господин Главатских. ■

ВЯЛАЯ ТЕКУЧКА

ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ЗАМЕТНЫХ СОБЫТИЙ НА КАДРОВОМ БАНКОВСКОМ РЫНКЕ В ПЕТЕРБУРГЕ В 2013 ГОДУ БЫЛИ МАСШТАБНЫЕ ПЕРЕСТАНОВКИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО БАНКА СБЕРБАНКА РФ. В ЦЕЛОМ БАНКИРЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ТЕКУЧКА КАДРОВ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ ДОСТАТОЧНО НЕВЕЛИКА.

ИГОРЬ ГЕРАСИМОВ

Пословам председателя Северо-Западного банка Сбербанка России Дмитрия Курдюкова, в Северо-Западном банке в этом году прошло несколько значимых кадровых назначений с целью усиления команды топ-менеджеров в ключевом для банка регионе. «Важно, что новые кадровые назначения проходили в рамках системы Сбербанка. Ротация эффективных менеджеров внутри структур Сбербанка является обычной практикой для нашего банка и приносит свои положительные результаты. Так, в середине сентября главой головного отделения Сбербанка по Ленинградской области стал Андрей Свердлов, ранее успешно возглавлявший региональное подразделение Северо-Западного банка в Псковской области. В октябре главой головного отделения банка по Петербургу был назначен Олег Голубенцев, имеющий 18-летний опыт работы в банковской сфере и последние два года возглавлявший Оренбургское отделение в составе Поволжского Сбербанка. За время его работы Оренбургское отделение показало высокие темпы развития бизнеса: кредитный портфель вырос на 85 процентов, а депозитный портфель вырос вполтора», — рассказывает господин Курдюков.

«Если говорить в целом, то мы имеем возможность как приглашать кадры с рынка, так и выращивать собственных кандидатов, и на этом делается акцент в политике подбора, развития и продвижения персонала. В банке работает масштабная система кадрового резерва, позволяющая выбирать и готовить кандидатов на руководящие позиции линейного, среднего и высшего менеджмента из числа сотрудников банка. Создана комплексная система обучения и подготовки руководителей и специалистов самых разных уровней. Для подбора внешних кандидатов Сбербанк России создал в интернете уникальный портал «Сбербанк талантов», где собраны все вакансии банка. Это удобный инструмент как для соискателей, так и для наших рекрутеров», — пояснил господин Курдюков.

Старший вице-президент, управляющий филиалом ВТБ24 в Санкт-Петербурге Михаил Иоффе говорит, что масштабные кадровые перестановки в нынешнем году затронули только Северо-Западный банк Сбербанка РФ. «В остальных кредитно-финансовых учреждениях города процесс кадровых изменений шел гораздо спокойнее — разумеется, перемены были, но не какие-то сверхъестественные. Конечно, одним из ключевых событий года стал приход на должность управляющего петербургским филиалом Банка Москвы Алексея Кольчика. Из последних событий, наверное, стоит также отметить и уход с поста управляющего филиалом «Петровский» банка «Открытие» Андрея Атамася», — говорит он.

Заместитель руководителя Северо-Западного регионального центра банка ВТБ — вице президент Владимир Вавилов, утверждает, что дефицит специалистов



СЕРГЕЙ ИКИТЕВ

НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО ОСОБЫХ ПРОБЛЕМ С ПЕРСОНАЛОМ НА БАНКОВСКОМ РЫНКЕ НЕ ПРОСЛЕЖИВАЕТСЯ, НАЙТИ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ ПО РАБОТЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ КЛИЕНТАМИ И КРЕДИТНЫХ АНАЛИТИКОВ ВСЕ ЖЕ НЕ ТАК ПРОСТО

существует в тех областях, по которым не сформированы направления в «высшей школе»: валютный контроль, мониторинг банковских операций. «Также по-прежнему непростая задача — найти эффективных менеджеров по работе с корпоративными клиентами и кредитных аналитиков. В ВТБ мы преодолеваем данные сложности за счет качественного обучения новых сотрудников на рабочем месте и проверки их знаний на профессиональных зачетах. В данных направлениях внутренние кандидаты, бесспорно, являются приоритетными кандидатами для перемещения на вышестоящие должности», — говорит он.

Александр Конышков, директор Северо-Западного регионального центра ЗАО «Райффайзенбанк», говорит о том, что в связи со стагнацией экономики страны кадровый рынок можно назвать сегодня стабильным за исключением корпоративного блока. «В этом сегменте конкуренция и в лучшие годы была очень высокой, в этом году ситуация обострилась из-за изменения инвестиционных настроений компаний и сокращения спроса. А планы продаж никто не отменял», — добавляет он.

Наталья Завьялова, руководитель отделения по подбору персонала Kelly Financial Resources, утверждает, что текучка персонала в банковской сфере средняя, и вызвано это тем, что новых банков на рынке практически не появляется. «В стабильных крупных банках топ-менеджеры чувствуют себя комфортно и не стремятся что-то менять в профессиональном плане. В некоторых банках, представленных в Санкт-Петербурге, в этом году происходили организационные изменения, вызванные новой принятой стратегией развития,

кто-то решал усиливать розничный блок, кто-то малый и средний бизнес, кто-то корпоративный блок. Соответственно, те руководители, которые не принимали новую стратегию, покидали банки, и на их место приходили новые топ-менеджеры из других банков с соответствующим опытом. Из-за того, что банковский рынок в Петербурге все-таки ограничен в части новых возникающих топовых позиций, то некоторые топ-менеджеры уезжают в Москву, где сосредоточена основная масса головных офисов российских банков, в поисках новых амбициозных проектов для себя. Надо отметить, что руководители большинства банков практически всегда готовы послушать о новых возникающих на рынке позициях», — отмечает госпожа Завьялова.

Руководитель дирекции по работе с персоналом ОАО «Банк «Санкт-Петербург» Мария Смирнова рассказывает, что, являясь крупнейшим коммерческим банком с головным офисом в Петербурге, финансовая организация постоянно сталкивается с проблемой ограниченности профессиональных ресурсов, соответствующих их требованиям. «При закрытии ряда позиций мы, в том числе, изучаем рынок персонала Москвы, других регионов, ближнего зарубежья. Одним из эффективных решений сложившейся ситуации для нас, в том числе, стала программа банка «Будущий банкир». Для большинства розничных банков Северо-Запада характерен показатель текучки персонала 20 процентов и выше. Что касается банка «Санкт-Петербург», то благодаря универсальному формату бизнеса, даже при условии наращивания объемов в розничном направлении и увеличения штатной численности, показатель текучки

у нас значительно ниже рынка», — рассказывает она.

Директор по развитию персонала Росбанка Олеся Ованова говорит, что на сегодняшний день банки являются одними из крупнейших работодателей на рынке труда. «Чаще всего требуются работники фронт-офиса: специалисты по работе с клиентами, клиентские менеджеры и кассиры. Такая активность объясняется тем, что эти позиции рассматриваются в качестве стартовых. Они не требуют специальной квалификации — обучение проводится самим работодателем. Как правило, амбициозные сотрудники, поработав год-два, продвигаются дальше по карьерной лестнице. Поиск кадров осуществляется путем размещения информации о вакансиях на официальном сайте Росбанка и на крупнейших рекрутинговых порталах. Также мы сотрудничаем с агентствами по подбору персонала. Одним из наиболее эффективных каналов подбора является рекомендация действующего сотрудника банка», — говорит она.

Кирилл Попов, директор департамента подбора и развития персонала банка «Хоум Кредит», утверждает, что текучка среди топ-менеджеров в банках в Санкт-Петербурге незначительна и находится в пределах нормы. «Я бы не сказал, что она превышает 5 процентов и 10 процентов в годовом исчислении для корпоративных и розничных банков соответственно. Хотя опять же важно понимать, что текучка на таких высококонкурентных кадровых рынках, как рынки Петербурга и Москвы, сильно отличается от рынков других городов России. В других городах темпы текучки существенно ниже. Следующий год многие оценивают как «год работодателя», говоря о более консервативной модели поведения кандидатов при рассмотрении предложений на рынке. Если прогноз оправдается, мы увидим снижение показателей по текучке среди всех категорий сотрудников, включая и топ-менеджеров», — говорит он.

По словам господина Попова, с начала 2000-х годов банковская сфера переживает настоящее перерождение: «В стране появился и начал развиваться совершенно новый по своей ментальности розничный бизнес. Вместе с этим возник и не терял своей актуальности дефицит кадров. В первую очередь не хватает квалифицированных специалистов в конкретных профессиональных областях. Пару лет назад был сильнейший дефицит IT-специалистов, в этом году очень востребованы специалисты в области рисков и взыскания просроченной задолженности. Как справляться с дефицитом? К сожалению универсального средства нет. Если банк работает на долгосрочную стратегию, имеет смысл выращивать экспертизу внутри себя, в рамках профессионального корпоративного образования. Если горизонт планирования у банка год-два, то нужно быть готовым платить сотрудникам выше рынка». → 31

«ЗАДАЧА НАШЕЙ НОВОЙ СТРАТЕГИИ — СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО БАНКА С МАСШТАБИРУЕМОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛЬЮ»

ПЕРВЫЙ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ ОАО «БАНК „САНКТ-ПЕТЕРБУРГ“»

ВЛАДИСЛАВ ГУЗЬ РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ ИГОРЮ ГЕРАСИМОВУ О ТОМ, КАКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ БАНК ДОСТИГ ПО ИТОГАМ ДЕВЯТИ МЕСЯЦЕВ 2013 ГОДА, ЧТО ВХОДИТ В НОВУЮ СТРАТЕГИЮ БАНКА, ПРИНЯТУЮ ДО 2017 ГОДА, И ЧТО ПОЗВОЛЯЕТ БАНКУ КОНКУРИРОВАТЬ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ.

BUSINESS GUIDE: Оцените, пожалуйста, общее состояние банковского рынка в России.

ВЛАДИСЛАВ ГУЗЬ: На самом деле банк — это не вершина экономики, это ее зеркало, то есть все проблемы экономики, все сложности отражаются на банковском рынке. Не секрет, что происходит замедление экономического роста, продолжается отток капитала, соответственно, это отражается и на темпах роста кредитных портфелей банков. Банки начинают достаточно жестко конкурировать за хороших заемщиков, за пассивы. Это отражается на снижении процентной маржи, по этому показателю мы начинаем приближаться к странам с развитой экономикой. Также в государственной денежно-кредитной политике происходит смещение акцентов в сторону ограничения инфляции, это, безусловно, касается рублевых депозитов как юридических, так и физических лиц, сказывается в виде снижения процентных ставок. В целом для банковского сегмента на данный момент характерно определенное состояние структурного дефицита, которое отражается в потребностях банков в дополнительной ликвидности, которую они берут в Банке России. Все крупнейшие банки, те которые сумели подтвердить свою надежность, активно этим пользуются и привлекают средства в Центробанке. И мы, в данном случае, не исключение.

ВГ: Расскажите об итогах деятельности вашего банка в 2013 году.

В. Г.: Об итогах года говорить еще рано, хотя мы достаточно позитивно смотрим на те результаты, которые будут достигнуты в 2013 году, поэтому пока могу сказать о девяти месяцах, так как у нас есть отчетность и по МФСО, и по РСБУ. На фоне стагнирующей экономики нас результаты более чем удовлетворяют. За девять месяцев чистая прибыль (по РСБУ) составила 2,6 млрд рублей, увеличившись в три раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, кредитный портфель тоже вырос неплохо (на 15%) и составил более 272 млрд рублей. Розничный кредитный портфель вырос на 48,7% и составил 40 млрд рублей. Кроме того, мы входим в топ-20 по активам среди крупнейших банков, сейчас на 14-м месте согласно рейтингу «Интерфакса». В банке обслуживается более 1,3 млн частных лиц, 42 тыс. юридических лиц, количество банковских карт приближается к 800 тыс. штук, а количество банкоматов составляет примерно 600 единиц. Серьезно выросло количество пользователей интернет-банка, сейчас их число насчитывает 320 тыс. клиентов. Помимо этого, к ключевым событиям можно отнести то, что был размещен дополнительный выпуск акций банка, так называемый SPO, в



СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ

результате этого капитал банка увеличился на 3 млрд рублей, а также мы разместили биржевые облигации на 5 млрд рублей сроком обращения три года. Таким образом, мы обеспечили себе размер капитала, достаточный для выполнения стратегических задач и для дальнейшего развития в соответствии со стратегией на 2014–2017 годы.

ВГ: Расскажите, пожалуйста, что это за стратегия и что в рамках нее банку нужно будет делать?

В. Г.: Банк принял новую стратегию на 2014–2017 годы. Задача нашей новой стратегии — создание эффективного банка с масштабируемой бизнес-моделью. Предыдущий стратегический цикл завершен. Были осуществлены серьезные инвестиции в инфраструктурные проекты и в изменения структуры банка. Сейчас задача активного роста на ближайшие четыре года не ставится, а масштабируемость бизнес-модели означает, что банк должен быть всегда готов к росту — как с точки зрения качества баланса и доходов, так и с точки зрения качества управления. Мы должны закрепить наш переход от ручного управления к воспроизводимым процедурам на всех уровнях. Вектор развития не изменится — мы по-прежнему остаемся крупнейшим универсальным региональным банком, которым мы являлись в течение последних пяти лет. Изменились просто акценты. Новая стратегия направлена на повышение эффективности и на повышение отдачи от тех значительных инфраструктурных и организационных изменений, которые мы осуществили в предыдущий стратегический цикл.

ВГ: Означает ли это то, что вы намерены, в том числе, пересмотреть свой пул клиентов, «чистить» ряды заемщиков?

В. Г.: Я бы так не говорил. Если рассуждать о крупных и крупнейших клиентах, то тут во главу угла ставится маржинальность с учетом взвешенности уровня кредитного риска. С точки зрения совокупного кредитного портфеля мы планируем делать фокус на розничном кредитовании и на развитии значительный рост просрочки? Доля по розничному кредитованию должна вырасти в два раза, по малому и среднему бизнесу — с 13 до 16%.

ВГ: То есть вы намерены активно развивать розницу, несмотря на то, что Центробанк пытается охладить этот рынок, фиксируя значительный рост просрочки?

В. Г.: Розничное кредитование розничному кредитованию рознь. Дело в том, что этот рынок действительно перегрет. И Банк России принимает правильные, с моей точки зрения, меры по ужесточению резервирования и по изменению норм расчета достаточности капитала для потребительских кредитов. Но проблема не в объеме розничных кредитов, а в их структуре. Дело в том, что основную часть совокупного розничного портфеля в России составляют дорогие необеспеченные кредиты. То есть это потребительское экспресс-кредитование. Наш банк на этом рынке не представлен вообще. Очень плохо, когда финансовые институты стимулируют заемщиков делать необдуманные, спонтанные вещи, привлекать кредиты на эмоциональные покупки. Это дорогие кредиты — ставки зашкаливают за 50–60%,

не ниже 25%. Наша тактика заключается в том, что кредитование должно быть обдуманным, взвешенным. Мы не идем на улицу — нашими клиентами по потребительскому кредитованию являются наши зарплатные клиенты и те, кого мы обслуживаем не менее полугодом. Этим клиентам мы готовы предложить дешевые кредиты, с нормальным уровнем процентных ставок. При этом решения принимаются обдуманно, несмотря на то, что с октября 2013 года у нас запущен проект «Кредитная фабрика». Мы дистанционно и автоматизированно принимаем решения по выдаче кредитов. Рынок потребительского кредитования для нас ограничен, мы сами для себя приняли такое решение, поэтому «надувающийся пузырь» в этом сегменте нас не сильно смущает. Вместо этого мы активно развиваем обеспеченные виды розничного кредитования. В частности, на данный момент банк занимает 10-е место среди российских банков по объему выданных ипотечных кредитов и 20-е по автокредитам.

ВГ: Скажите, пожалуйста, а что вам позволяет конкурировать с госбанками?

В. Г.: Мы на протяжении всей нашей истории конкурируем с госбанками, в нашей стратегии записано, что мы должны быть очевидной альтернативой госбанкам для наших клиентов. За последние двенадцать лет госбанки увеличили свою долю в активах российского банковского сектора почти на 15%. Это связано с их прямым доступом к государственным источникам ликвидности и капитала, а также с административным ресурсом. В условиях ограниченного доступа российской экономики к внешнему финансированию, как это произошло после кризиса, безусловно, госбанки получили существенное преимущество в виде дешевых пассивов. Понимая сложность конкуренции на ценовом поле, наш банк стремится развивать свои неценовые конкурентные преимущества, которые заключаются в лидерстве по качеству сервиса, оперативности и гибкости реагирования на потребности целевых клиентских групп. Также государственные банки в последнее время инвестируют в повышение качества сервиса, в удаленный банкинг, что, безусловно, требует от нас адекватной реакции по обеспечению приоритетного развития в соответствующих направлениях.

Резюмируя вышесказанное, наш ответ госбанкам можно сформулировать в виде следующего слогана: «В отношениях — как локальный, в технологиях — как глобальный». Мы обеспечиваем высокий уровень технологий и сервиса для клиентов нашего региона, оставаясь к ним ближе, чем госбанки. ■

РЫНОК ПЕРЕГРЕЛСЯ

НЕСМОТЯ НА ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ, АНАЛИТИКИ ОТМЕЧАЮТ УХУДШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЗАЕМЩИКОВ И РОСТ ПРОСРОЧЕННОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ. ЦЕНТРОБАНК РОССИИ ПРИНИМАЕТ РЯД МЕР ПО ОХЛАЖДЕНИЮ ПЕРЕГРЕТОГО РЫНКА. РЯД ЭКСПЕРТОВ ПРОГНОЗИРУЮТ УЖЕСТОЧЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ЗАЕМЩИКАМ И ПОВЫШЕНИЕ СТАВОК.

ДАРЬЯ СИМОНОВА

За девять месяцев 2013 года в Санкт-Петербурге предоставлено кредитов физлицам на сумму 299,5 млрд рублей, что на 27% выше аналогичного показателя 2012 года.

Антон Сороко, аналитик инвестиционно-го холдинга «Финам», говорит, что в целом банковский сектор в 2013 году может похвастаться высокими темпами роста потребительского кредитования, что стало одним из основных драйверов роста сектора в целом. «Прирост объема выданных кредитов физическим лицам за девять месяцев 2013 года в денежном выражении составил 22 процента — до 9,37 трлн рублей по России. При этом объем просроченной задолженности рос значительно более высокими темпами: на 35 процентов, до 421,6 млрд рублей. Можно констатировать, что по итогам года рост потребительского рынка кредитования будет на уровне прошлого года, но вот просроченная задолженность увеличится значительно сильнее, чем в 2012 году», — говорит он.

По словам господина Сороко, ожидается замедление темпов прироста кредитования в потребительском секторе, ужесточение банками практики работы по выдаче займов. «По нашим прогнозам, средние ставки по кредитам в перспективе следующих нескольких кварталов могут снизиться на 0,5–1 п. п. Фактором для падения может стать снижение ставки рефинансирования со стороны ЦБ РФ в рамках сближения показателей ключевой процентной ставки и ставки рефинансирования. В сентябре этого года ЦБ поменял свой подход к формированию процентных ставок и объявил, что теперь ключевой ставкой денежно-кредитной политики станет процентная ставка по операциям предоставления (абсорбирования) ликвидности на аукционной основе сроком в одну неделю», — говорит господин Сороко.

По оценке Геннадия Фофанова, начальника департамента кредитования малого и среднего бизнеса Солид-банка, рост рынка на конец года может составить 25–30%. «На данный момент рынок региона подвержен общероссийским тенденциям снижения темпов. При этом былую активность на рынке потребительского кредитования могут себе позволить только действительно крупные игроки рынка. Регуляторные меры, введенные Центробанком РФ, охладил рынок потребительского кредитования и множество кредитных организаций, которые ранее планировали наращивать часть своего бизнеса именно в данном направлении, поменяли вектор своего развития и переориентировались на более низкорисковые и консервативные продукты — автокредитование, пластиковый бизнес и прочее. Требования к клиентам на данном фоне ужесточаются, часть заемщиков переходят в микрофинансовые организации», — подводит неутешительные итоги господин Фофанов.

РЕЗУЛЬТАТЫ МЕСТНЫХ ИГРОКОВ

Александр Конышков, директор Северо-Западного регионального центра ЗАО «Райффайзенбанк», утверждает, что потре-

бительское кредитование по-прежнему является драйвером роста банковской розницы. «Потенциал рынка высок и далек от насыщения. При этом динамика роста сегмента по итогам года будет ниже 2012 года. По потребительским необеспеченным кредитам рынок вырастет на 30 процентов, по кредитным картам — на 60–70 процентов. Несмотря на изменения в макроэкономической конъюнктуре, население страны продолжает делать ремонт и обновлять домашнюю технику, путешествовать и учить детей», — говорит он.

Анна Чифинелли, директор петербургского филиала и дирекции «Северо-Запад» банка «Хоум Кредит», рассказывает, что за десять месяцев совокупный объем кредитов наличными и кредитов в точках продаж, выданных в Петербурге банком, составил 5,8 млрд рублей. «Это несколько ниже показателя за аналогичный период в прошлом году. Банк сознательно пошел на снижение объемов кредитования ради повышения качества кредитного портфеля», — утверждает она.

Ольга Кондакова, начальник отдела потребительского кредитования банка «Открытие», говорит, что по состоянию на 1 ноября 2013 года филиал «Петровский» банка «Открытие» выдал в Петербурге и городах СЗФО потребительских кредитов на сумму 7,7 млрд рублей, что на 70% больше, чем за аналогичный период прошлого года. «Планируем, что к концу этого года эта сумма превысит 9 млрд рублей», — надеется она.

Старший вице-президент, управляющий филиалом ВТБ24 в Санкт-Петербурге Михаил Иоффе говорит, что по итогам 2013 года банк планирует выдать свыше 28 млрд рублей потребительских кредитов, увеличив, таким образом, их выдачу по сравнению с прошлым годом как минимум на 30%, и вновь, как и в прошлом году, намерен стать первым в Санкт-Петербурге банком не только по объему выданных кредитов наличными, но и по объему портфеля потребительских кредитов. «Ставки по кредитам вряд ли будут существенно изменяться — как в сторону уменьшения, так и в сторону увеличения. ВТБ24 пока не собираются каким-либо образом ужесточать подходы к выдаче кредитов наличными. При этом доля кредитов, выдаваемых нашим банком зарплатным клиентам, несколько увеличится — за счет работников РЖД, которые после нашей интеграции с Транскредитбанком стали зарплатными клиентами ВТБ24. Спрос на кредиты со стороны частных лиц продолжает расти, несмотря на явное замедление российской экономики. Конечно, рынок уже не будет расти в разы, как это было, скажем, в 2011 году, однако все же будет демонстрировать вполне ощутимый рост», — выражает надежду господин Иоффе.

Руководитель петербургского филиала Банка Москвы Алексей Кольчик рассказывает, что сейчас розничные показатели Банка Москвы растут выше рынка. «Так, розничный кредитный портфель Банка Москвы растет почти в два раза быстрее, чем в прошлом

году, и в 1,5–2 раза быстрее рынка. В секторе потребительского кредитования за десять месяцев 2013 года объем выдач по Петербургу превысил 1,57 млрд рублей, эта цифра в 1,68 раза больше, чем объем выдач за аналогичный период прошлого года: за десять месяцев 2012 года — 939,4 млн рублей», — констатирует он.

ПРОГНОЗЫ ПО СТАВКАМ Директор по розничному бизнесу Северо-Западной дирекции Росбанка Алексей Главатских говорит, что на размер ставки потребительских кредитов в 2014 году будут влиять две разнонаправленные тенденции. «С одной стороны, на банковском рынке не ощущается дефицит ликвидности, в связи с чем ставки привлечения средств на межбанковском рынке последовательно снижались. Это позволило даже смягчить условия в самом низкомаржинальном сегменте кредитования — ипотечном. Наиболее наглядно это показывают ставки по депозитам, снижающиеся с начала второго квартала. В связи с этим рынок ждет от банкиров смягчения условий по всем видам кредитов, и по потребительским в том числе. Однако увеличить маржинальность или снизить ставки размещения банкам мешает растущая про-

сроченная задолженность. Именно в сегменте потребительского кредитования эта проблема стала особенно серьезной. На фоне роста рисков банки ужесточают требования к заемщикам, подходы к оценке, в том числе и критерии скоринговых программ. В такой ситуации самым логичным способом застраховать риски на потери по ссудам выглядит повышение ставок. Однако такому решению мешают два фактора: во-первых, чем выше стоимость кредитов, тем сложнее проблемным заемщикам их возвращать, во-вторых, Центробанк активно противодействует повышению ставок и выступает за инициативу по их снижению. Анализируя вышеприведенные факторы, можно предположить, что в 2014 году ставки по потребительским кредитам не изменятся либо незначительно снизятся, а подходы к оценке заемщиков, напротив, ужесточатся», — прогнозирует господин Главатских.

По словам господина Кольчика, ставки в этом сегменте начнут расти с начала года. «Самым большим генератором их роста становится проблемная задолженность, соответственно растет плата за риск. В рамках существующей политики ЦБ должно быть налажено более тесное взаимодействие между банками. → 31

ЭКСПРЕСС-ЛИЗИНГ
24 ЧАСА*

аванс от 10%

срок до 48 месяцев

имущество до 15 млн.руб.

бизнесу более 1 года

8 800 333 56 65
Звонок по России бесплатный. Круглосуточно.

baltleasing.ru

Балтинвест
лизинговая компания
основана в 1996 году

* оформление договора за 24 часа

ОПАСНЫЙ СУБЪЕКТИВИЗМ

ДВАДЦАТЬ ПЯТОГО ОКТЯБРЯ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «КОММЕРСАНТЪ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ПРОВЕЛ V БАНКОВСКИЙ ФОРУМ, КОТОРЫЙ БЫЛ ПОСВЯЩЕН РИСК-МЕНЕДЖМЕНТУ В РОССИИ. В РАБОТЕ ФОРУМА ПРИНИМАЛИ УЧАСТИЕ ВЕДУЩИЕ КОНСУЛЬТАНТЫ, ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ЮРИДИЧЕСКИХ ФИРМ. УЛЬЯНА ТЕРЕЩЕНКО

Банковский форум проходил на площадке Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета. Модератором мероприятия выступила генеральный директор компании «Риск-Консалт» Наталья Костюченко, которая указала на ошибки риск-менеджмента. В частности, на недостаточный методический и практический опыт в области анализа кредитного риска, безынициативность в разработке усовершенствованных подходов к оценке рисков, рекомендуемых Базельским соглашением, отсутствие современных методик (за исключением математических моделей) и неадекватность имеющихся, низкую квалификацию риск-менеджеров, субъективизм их мнений в связи с отсутствием единого подхода к анализу и оценке рисков.

Дмитрий Некрестьянов, партнер и руководитель практики по недвижимости и инвестициям юридической фирмы «Качкин и партнеры», рассказал о том, какие риски возможны при финансировании подрядчиков, инвесторов, о рисках кредитования строительства или реконструкции объекта, а также что делать, чтобы риски эти минимизировать.

По словам господина Некрестьянова, отраслевая особенность строительства заключается в том, что генерирование прибыли для возврата кредита отложено во времени и зависит не только от заемщика, но и, например, от получения разрешений, от выполнения работ подрядчиками.

«К рискам финансирования подрядчиков можно отнести недостаточность собственных средств или имущества, а также возможность неоплаты работ заказчиком», — поясняет он.

Как считает господин Некрестьянов, эти риски можно снизить с помощью залогового обеспечения, но это достаточно редко применяется из-за специфики отрасли — большая часть имущества не в собственности.

Кроме того, по утверждению Дмитрия Некрестьянова, снизить риски можно периодичным авансированием работ заказчиком, что позволяет осуществлять платежи по кредиту, хотя риск неплатежей в полном объеме это не устранил.

Что касается рисков кредитования покупки, то, по его словам, они состоят в необходимости проверки титула, в градостроительных ограничениях (то есть в генплане, ПЗЗ), в том, что последующее строительство обременяет объект и влияет на ликвидность залога.

«Однако эти риски можно снизить: банк должен проанализировать градостроительные перспективы реализации проекта, предоставлять финансирование только после регистрации титула на заемщика и ипотеки в пользу банка, а также проверять наличие разрешения на строительство и технические условия на подклю-



УЧАСТНИКИ БАНКОВСКОГО ФОРУМА ОБСУДИЛИ ПРОБЛЕМЫ ПОЛУЧЕНИЯ И ВЫДАЧИ КРЕДИТОВ, А ТАКЖЕ ПРАВОВЫЕ РИСК ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

чение сетей», — подытоживает господин Некрестьянов.

Старший юрист юридической фирмы «Борениус» Сергей Федоров рассказал о том, как подготовить компанию к получению кредита. По его словам, к основным причинам отказа в предоставлении кредита относятся: отрицательная кредитная история, предоставление недостоверных сведений, «нереальность» хозяйственной деятельности, отказ компании предоставлять информацию.

Также могут помешать высокая кредитная или иная нагрузка потенциального заемщика, неудовлетворительное финансовое состояние, нерегулярность и нестабильность дохода, отсутствие ликвидного залогового обеспечения.

«Поскольку кредитный договор не является публичным и обязательным для банка, следовательно, обжаловать отказ в суде не представляется возможным. Ни один банк не выдает кредит без проверки кредитной истории. Она может содержать ошибки, которые, впрочем, можно исправить, направив заявление в Бюро кредитных историй», — поясняет он.

По словам господина Федорова, для того чтобы увеличить шансы на получение заемных средств, необходимо предоставлять документы, которые требует банк.

«Также следует подготовить компанию: если средства требуются группе компаний

— выбрать подходящую или „почистить“ имеющуюся. Затем можно распределять средства по группе путем предоставления внутригрупповых займов, подготовить акты — провести ограниченную юридическую экспертизу (due diligence). Далее следует снять обременения, найти подходящие активы — экономически и юридически ликвидные. Для залога также нужно подготовить обеспечение от иных компаний группы или личное имущество конечных владельцев бизнеса. Если речь идет о кредите на приобретение актива, то залогом может выступать сам этот актив, следует предусмотреть варианты дополнительного обеспечения; назначить сотрудника, ответственного за подготовку к получению кредита, и систематизировать документы», — описывает алгоритм действий Сергей Федоров.

Он советует быть открытыми, поддерживать хорошие отношения, общаться с банком. Иными словами, кредитная организация должна хорошо знать потенциального заемщика. «Лучшее время для обращения за кредитом — первая половина года, когда лимит средств банка по вложениям еще не исчерпан», — уточняет господин Федоров.

Александр Шарапов, управляющий директор по кредитованию малого бизнеса филиала ВТБ24 в Санкт-Петербурге, рассказал о том, как оценивается платежеспособность заемщиков.

«Ключевым стоп-фактором является неумение заемщика адекватно оценить свои бизнес-перспективы, в том числе, с точки зрения возможных кассовых разрывов и возврата кредитных средств. В первую очередь оценивается финансовое положение потенциального заемщика, объем его реальных доходов. Очевидным стоп-фактором является наличие, скажем, просроченного кредита в другом банке или срок деятельности фирмы, не превышающий шести месяцев. Есть риски, которые связаны с потенциальным развитием или, наоборот, потенциальным кризисом той или иной отрасли. Именно поэтому банки традиционно более внимательно, например, рассматривают кредитные заявки строительных компаний», — говорит он.

По словам господина Шарапова, зачастую дело, к сожалению, не в том, что у российской системы оценки рисков есть какие-либо системные недостатки. «Дело в том, что отдельные банки нарушают стандарты риск-менеджмента, например, выдавая кредиты одним и тем же группам связанных между собой заемщиков. По случайному совпадению имеющих прямое отношение к владельцам этих банков. Именно такая политика стала причиной краха даже весьма крупных и известных на рынке банков в 2008 году», — заключает он. ■

29 → И речь не только о взаимодействии в рамках Бюро кредитных историй, но и о налаживании обмена собственными наработанными базами данных. Это необходимо для качественного улучшения процедур проверки и предпроверки, поскольку проблемой остается недостаточная актуальность баз данных клиентов при проведении этих процедур. Что и делает актуальной возможность обмена информацией между банками», — говорит он.

Александр Конышков говорит, что ужесточение требований регулятора в дальнейшем будет способствовать замедлению темпов роста потребительского кредитования и росту ставок.

ФИНАНСОВАЯ НЕГРАМОТНОСТЬ Эксперты говорят, что во многом причиной перегрева рынка является низкая финансовая грамотность населения. По словам президента — председателя правления банка SIAB Галины Ванчиковой, нынешняя ситуация на рынке предполагает ужесточение требований, но вместе с тем банки стали более профессионально работать с существующей клиентской базой, используя новые технологии и развивая классические технологии скоринга. «Потребительское кредитование пользуется большим спросом на российском рынке, с каждым годом этот спрос только растет. Вместе с тем растет и закредитованность населения, и доля просроченной задолженности по беззалоговому кредитованию. К сожалению, это следствие низкой финансовой грамотности населения», — констатирует она.

Наталья Байнина, управляющий Северо-Западным филиалом банка «Интеза», говорит, что в будущем году при сохранении текущей макроэкономической ситуации, вероятнее всего, в банке «Интеза» ставки останутся на прежнем уровне. «В целом российский рынок потребительского кредитования еще далек от насыщения и ориентирован на рост. Более того, по итогам октября мы зафиксировали рекордные результаты продаж потребительских кредитов. Основные проблемы я вижу в недостаточной финансовой грамотности населения. Некоторые наши граждане стремятся решить свои финансовые проблемы не за счет роста собственных доходов, а только с помощью заемных средств. В результате возникает чрезмерная кредитная нагрузка, с которой заемщик часто не справляется. Кроме того, обычно кредиты такой категории граждан удается получить по завышенным ставкам. Еще раз назову „золотое правило“ заемщика: кредитная нагрузка не должна превышать 30–40 процентов от вашего дохода», — напоминает госпожа Байнина.

Наталья Самойлова, руководитель аналитического отдела ИК «Golden Hills-Капиталь АМ», обращает внимание на то, что летом этого года Центробанк заявил о необходимости притормозить рост потребительских кредитов, ограничив максимальную полную стоимость потребительских кредитов. «Кроме того, рассматривается введение следующих показателей: отношение долга к доходам и отношение стоимости получаемого кредита к стоимости обеспечения. Напомню, что уже с июля этого года банки должны формировать дополнительный капитал по кредитам с высокой процентной ставкой. Скорее всего, ставки по потребительскому кредитованию будут продолжать идти вверх. ЦБ РФ постепенно охлаждает рынок потребительского кредитования. В первом полугодии банки увеличили расходы на резервирование, и этот фактор сократил их прибыль почти на 200 млрд рублей. Растущие экономические риски и ухудшение качества беззалогового кредитования будут заставлять банки внимательнее относиться к потенциальным заемщикам», — констатирует госпожа Самойлова. ■

27 → КАССИРЫ И ОПЕРАЦИОНИСТЫ «УТЕКАЮТ» ЧАЩЕ ВСЕГО По словам господина Иоффе, наиболее высокая текучка кадров на рынке происходит у банков, активно занимающихся POS-кредитованием и продвижением кредитных карт в торговых центрах и на территории, скажем, аэропортов. «Сотрудники, работающие в отделениях банков, значительно реже меняют работу, причем очень часто эта смена является результатом их перехода на более высокую должность внутри банка», — заключает господин Иоффе.

Елена Герцева, начальник отдела кадров банка БФА, говорит, что самый большой дефицит на банковском рынке сейчас касается кредитных специалистов, специалистов ипотечного кредитования, а также специалистов, работающих с карточными продуктами и в области банковских информационных технологий.

«Банк БФА на данный момент испытывает потребность в линейных специалистах, как правило, это операционисты и кассиры. Актуальность этих вакансий обусловлена текущим развитием розничной сети банка. Зачастую работа в операционном подразделении является стартовой для дальнейшей карьеры в банке, поэтому здесь уровень текучки кадров выше, чем в других подразделениях. Кадровая политика банка определяет, в каких ситуациях удерживать сотрудников и какими инструментами. Как правило, это ротация кадров и карьерный рост сотрудников», — говорит она.

Елена Логинова, старший вице-президент, директор департамента по работе с персоналом банка «Ренессанс Кредит», утверждает, что уже не первый год «дефицитными» считают специалисты в области IT-разработок в банковской сфере, сотрудники различных направлений риск-менеджмента, а также специалисты в области CRM. Интерес банков к сотрудникам IT-подразделений, безусловно, продиктован тенденцией активного развития онлайн-технологий, например, развитием и совершенствованием дистанционных каналов (интернет-банкинг, мобильный банк), а также увеличивающейся технологической конкуренцией между банками. При этом не меньший интерес проявляется к специалистам по сопровождению IT-систем, поскольку бесперебойность функционирования банковских систем и своевременное решение различных IT-инцидентов всегда будут актуальны для любого банка.

Востребованными также являются специалисты в области риск-менеджмента всех уровней. Это связано с экономической ситуацией в стране и все увеличивающимися объемами кредитного бизнеса. Поэтому банкам просто необходимо иметь эффективно работающую систему риск-менеджмента. Также трендом рынка труда финансово-банковской сферы является увеличивающийся интерес к аналитикам в области отношений с клиентами (CRM). Мало просто привлечь клиента в банк, его необходимо постоянно удерживать, повышать его лояльность к банку, в том числе и благодаря своевременному предложению дополнительных услуг и продуктов в соответствии с его актуальными потребностями», — рассказывает она.

По словам президента — председателя правления банка SIAB Галины Ванчиковой, кадровая политика — это такой же инструмент достижения бизнес-целей, как и любой другой. «Поэтому он должен

развиваться и модернизироваться в соответствии со стратегическими целями. И в этом году в банке SIAB произошли некоторые организационные изменения, нацеленные на увеличение эффективности операционных решений и улучшения коммуникаций между ключевыми подразделениями банка. В связи с тем, что банк развивает розничное направление, достаточно остро чувствуется дефицит хороших менеджеров — продавцов. Однако на данный момент коэффициент текучки персонала по банку — 3,8 процента, что не превышает нормы по отрасли», — констатирует она.

Госпожа Ованова говорит, что на рынке молодых соискателей существует нехватка специалистов с практическими навыками работы в банковской сфере и превалирует количество выпускников, имеющих только фундаментальную теоретическую базу. «В целях подготовки будущих финансистов в Росбанке существует программа стажировок для студентов, которая позволяет им на местах приобрести необходимые практические навыки и начать свою карьеру в той области, которая им уже знакома. С помощью региональных тренинговых центров Росбанк предлагает новым сотрудникам практическое обучение в самых различных направлениях: банковские продукты, работа с клиентами, soft skills. Каждый новый сотрудник фронт-офиса обязательно проходит практику непосредственно в отделении банка», — рассказывает она.

СТУДЕНЧЕСКИЕ ЗАПРОСЫ По словам господина Иоффе, они удовлетворены подготовкой тех студентов, которые в ходе обучения стажировались или проходили практику в ВТБ24 или каком-либо ином банке. «Если же говорить о тех студентах, что не имеют практических навыков работы, то, конечно, их подготовка в большинстве случаев оставляет желать лучшего — особенно на фоне финансовых запросов данных студентов», — констатирует он.

Госпожа Завьялова говорит, что есть мнение, что теория преподается в вузе не в том объеме, в каком бы это ожидал работодатель. «Однако у крупных банков набор стажеров и молодых выпускников стал регулярной практикой. Банки выстраивают долгосрочное сотрудничество с вузами, обучающими экономическими специальностям», — рассказывает она.

Дмитрий Курдюков рассказал, что Северо-Западный банк тесно сотрудничает с ведущими учебными заведениями, которые занимаются подготовкой специалистов экономического и банковского профиля: «Только за последние десять месяцев 2013 года более 200 студентов высших учебных заведений и более 500 студентов средних учебных заведений (ссузов) прошли производственную и преддипломную практику в подразделениях Северо-Западного банка», — говорит он.

Наталья Хаметдулова, HR-бизнес-партнер Альфа-банка по Северо-Западу, утверждает, что Альфа-банк всегда отличался от других банков тем, что менеджеры даже на среднем уровне обладают достаточным уровнем полномочий, чтобы решать сложные задачи. «Это привлекает руководителей среднего звена и таким образом удерживает их в банке. Такой подход позволяет нам растить успешных управленцев внутри банка, поэтому стабильность среди топ-менеджмента высокая. Также существуют дефицитные специальности в банке. Найти

подготовленного специалиста на рынке труда сложно, поскольку их знания и навыки являются очень специфическими. Данные позиции мы стали заполнять путем приглашения молодых специалистов на стажировки. На мой взгляд, вузы дают хорошую базовую профессиональную подготовку для студентов, но в каждой компании есть свои особые требования как к знаниям и навыкам, так и к поведенческим компетенциям. В партнерстве с вузами мы проводим мастер-классы и семинары по важным дефицитным областям для студентов. Данные мероприятия проводятся нашими внутренними экспертами на регулярной основе», — рассказывает она.

По словам господина Вавилова, к сожалению, руководители функциональных подразделений ВТБ отмечают факт снижения качества образования у сегодняшних выпускников вузов. «Многие из них на интервью не готовы дать определения базовых терминов, сделать первичные выводы, взглянув на баланс организации. Говоря об общей тенденции, все-таки хочется упомянуть о ребятах, стремящихся к большому, которые предвосхищают ожидания работодателя, наша задача — выявить и привлечь именно таких молодых специалистов», — констатирует он.

Наталья Байнина, управляющий Северо-Западным филиалом банка «Интеза», говорит, что многое зависит и от самих студентов: во время прохождения собеседования выпускники ведущих вузов могут показывать совершенно разный уровень навыков и компетенций. «В целом сейчас вузы дают достаточную теоретическую базу для дальнейшей работы, однако она должна быть подкреплена на практике. Как правило, для того чтобы выпускник вуза успешно адаптировался к работе, ему требуется от полугода до года работы, с ошибками, недочетами и промахами, поэтому выпускники, прошедшие практику или стажировку, имеют преимущество», — констатирует она.

Дарья Бондарская, генеральный директор LLC Lab Job, считает, что если мы говорим о выпускниках престижных вузов России, то таких студентов начинают приглашать на последних курсах учебы в различные компании, где их обучают и адаптируют к реальным условиям бизнеса. «Выпускники же остальных вузов, к сожалению, не имеют достаточной базы знаний, чтобы претендовать после окончания вуза на вакансии, к примеру, менеджеров различных сфер деятельности, за неимением определенных навыков и опыта работы. Также в последнее время выпускникам не хватает усердия и усидчивости, чтобы добиться конечных результатов работы. Учиться и еще раз учиться, бизнес любит успешных людей», — советует госпожа Бондарская.

Наталья Зубенко, начальник отдела подбора персонала филиала «Петровский» банка «Открытие», говорит, что, к сожалению, одной из причин завышенных ожиданий кандидатов является неверное ориентирование студентов и выпускников еще на этапе обучения в вузе. «Студентов ориентируют на то, что при получении диплома о высшем образовании они приобретают не только профессию, но и статус „менеджера“. На собеседовании таким кандидатам очень сложно объяснить, что для того чтобы стать руководителем, помимо диплома необходимо иметь профессиональный и жизненный опыт, практические знания», — говорит она. ■

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ
ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ



ЕЖЕГОДНЫЙ ПРОЕКТ
«РЕЙТИНГ
ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ»
ИЗ СЕРИИ
ЦВЕТНЫХ
ТЕМАТИЧЕСКИХ
ПРИЛОЖЕНИЙ,
ПОСВЯЩЕННЫЙ
ЗНАЧИМЫМ
СОБЫТИЯМ
2013 ГОДА,
ДИНАМИКЕ
РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ
И ПРОГНОЗАМ
НА 2014 ГОД

ВЫХОД ПРИЛОЖЕНИЯ — 17 ДЕКАБРЯ 2013 ГОДА
ФОРМАТ — А3
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ
С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЪ»

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ВЫПУСКЕ
(812) 325 85 96, e-mail: reclama@spb.kommersant.ru