



ФИНАНСЫ



Да какая розница!

кредиты

Рынок розничного кредитования сейчас является наиболее привлекательным сегментом для пермских банков. Крупнейший из региональных банков — «Урал ФД» выводит на рынок специальный розничный бренд «Клюква». А Экспромбанк запускает программу лайт-офисов розничного кредитования в торговых центрах. Эксперты поясняют, что высокодоходное розничное кредитование является наиболее очевидным ресурсом для развития банковского сектора.

«Клюква» в сахаре

В начале года крупнейший пермский банк — «Урал ФД» объявил о планах по освоению рынка розничного кредитования. Неожиданным оказалось не столько само решение о переходе в новый сегмент, сколько новое имя известного респектабельного регионального банка. Банк оказался «Клюквой», к которой на одном из местных интернет-ресурсов тут же ожидаемо приписали — «развесистая».

Совокупные инвестиции в развитие розничного направления уже составили 600 млн руб. В эту сумму входят и затраты на новую IT-платформу и частично на перформативное сети офисов.

Председатель правления Юрий Аликин пояснил, что банкирам хотелось отойти от привычного образа банка: «Мы не перестаем быть банком. Но к банковской основе добавляем лучшие розничные практики». Господин Аликин обращает внимание на то, что роль банков в России изменилась и продолжает изменяться: «В начале 2000-х банки диктовали клиентам свои условия. После кризиса ситуация поменялась. Банки потеряли монополию на работу с деньгами. Например, переводами денег занимаются салоны мобильной связи, появляются кредитные кооперативы, микрофинансовые организации. Почти все банки сейчас оказывают одинако-

вый пакет услуг. Наступило время потребителя, который сам выбирает банк и диктует банку свои условия. Большинство банков предлагают конкретные продукты — автокредиты, переводы, вклады. Но люди ищут не продукты, а решения. Никто не хочет покупать кредит или вклад. У человека есть потребность, и он ищет, как ее удовлетворить». С новым брендом банк «Урал ФД» связывает большие ожидания. Как заявил на пресс-конференции председатель правления банка Юрий Аликин, главным образом за счет развития розничного направления банк намерен к концу 2016 года увеличить активы до 100 млрд руб.

С одной стороны, название — лишь уткаровка, ведь помимо нее банк покупает новую французскую IT-платформу, совершенно по-новому обустроит офисы и вообще разворачивается лицом к розничному рынку. С другой стороны, именно это название привлекает к себе основное внимание и формирует пул, как сторонников нового бренда (а на самом деле банка), так и тех, кто по какой-то причине окажется в стороне от него.

Возможности бренда

«Как отразится название на конечном результате сказать сегодня довольно сложно, — поясняет руководитель пермского филиала банка Уралсиб Юрий Колпаков. — Мне понравился пример с ирландским сливочным ликером Baileys (Bailey переводится сан-



На развитие розничного направления «Урал ФД» потратил 600 млн руб.
ФОТО МАКСИМ КИМЕРЛИНГА

глийского как «двор замка»), привиденный Филиппом Грейсом в книге «Клиентология». Все маркетинговые исследования показывали, что такое название обеспечит продукту провал. Но клиент рублем проголосовал за него».

«Банк есть и всегда останется консервативным учреждением, и поэтому название действительно на первый взгляд выглядит весьма смелым. Но традиционное видение — это одно, а покупатели могут проголосовать совершенно непредсказуемо, — добавляет господин Колпаков. —

Клиент у названия, безусловно, есть. Но это не весь розничный сегмент: есть те, кто никогда не пойдут в банк «Клюква», а есть те, кто пойдут с удовольствием. В конечном итоге все будет зависеть от клиентского сервиса — технологии, оформления офиса и оттого, будет ли персонал ориентирован на эти продажи. Это те сложные задачи, которые «Урал ФД» еще предстоит решить».

Ия Имшинская, консультант в области рекламы и продвижения говорит, что слово «Клюква» не ассоциируется с финансовой

сферой у носителей русского языка, поэтому продвижение нового имени потребует значительных затрат: «Финансовая безопасность человека многими аналитиками относится к базовым потребностям, то есть наше финансовое здоровье волнует нас так же, как и физиологическое. Мы осторожно, долго и тщательно выбираем себе доктора. И банк. Вложенные инвестиции гораздо быстрее бы вернулись банку с проектом другого имени», — полагает она.

«Название запоминающееся,

по крайней мере, у меня оно в голове, — говорит секретарь наблюдательного совета Экспромбанка Алексей Червонных. — Вспомните, как завоевывала узнаваемость «Евросеть». С точки зрения продвижения любые возможности хороши, если они позволяют достичь результата и не нарушают законодательство».

Ресурс для развития

Так или иначе, для региональных банков розничный сегмент оказывается самым интересным, утверждает Алексей Червонных. Понимая это, Экспромбанк в середине прошлого года запустил новый проект по открытию лайт-офисов «Здесь и сейчас» в торговых центрах города. Начиналось все с трех удаленных рабочих мест в ТРК «Семья», ТРК «Коллизия-Сити» и ТРК «Столица». Теперь таких офисов уже девять, и Экспромбанк намерен и дальше развивать этот проект.

«Каждый раз, принимая решение, банк обязан грамотно оценить нормы резервирования (резервы на возможные потери). И, к сожалению, регулятор не смягчает свои требования. Скорее все происходит наоборот, — поясняет господин Червонных. — К тому же малый бизнес всегда индивидуален и управление происходит в ручном режиме. Любой проект имеет инвестиционную стадию, когда финансовое состояние заемщика обязательно ухудшается. Такого клиента банку кредитовать

уже невыгодно, поскольку из-за резервов у него уменьшается достаточность капитала. И в этом случае надо либо капитализировать, либо формировать прибыль на других направлениях. Розничный бизнес позволяет генерировать стабильный денежный поток — как процентный, так и от возврата средств и в дальнейшем развивать другие направления. В том числе и малый бизнес. Так что стремление банков развивать розничное направление вполне объяснимо».

В своей стратегии развития на 2013–2017 годы МДМ-банк делает ставку на развитие розницы — по итогам 2017 года 50% его кредитного портфеля должны обеспечить физические лица. На выходе из кризиса многие крупные банки, специализирующиеся на корпоративном кредитовании, сделали акцент на развитии розничного бизнеса. В частности, по этому пути решили пойти в банке «Санкт-Петербург», Номос-банке, Промсвязьбанке, Бинбанке, банке «Петрокоммерц». Еще более активно развивают розничное направление госбанки. Например, в структуре ВТБ в прошлом году появился специальный «легкий» банк «Лето», ориентированный на POS-кредитование (POS — Point Of Sale) — направление розничного бизнеса банков, предусматривающее выдачу кредитов на определенные товары непосредственно в торговых точках.

Надежда Емельянова

Эксклюзивные финансовые инструменты

*Кстати, в 2012 году наши клиенты заработали 98 787 000 \$



Не тот, чем кажется

кредиты

Главное управление ЦБ РФ по Пермскому краю фиксирует снижение кредитования малого бизнеса за прошлый год почти на 7%. Лидеры рынка не замечают снижения интереса со стороны заемщиков. Эксперты называют несколько причин, из-за которых регулятор и банкиры расходятся в оценках.

Малый берет помногу

По итогам 2012 года оба госбанка — и Западно-Уральский банк Сбербанка России, и розничный банк ВТБ — ВТБ 24 продемонстрировали заметный рост кредитного портфеля малого бизнеса. В ВТБ 24 в Пермском крае в прошлом году этот сегмент оказался самым быстрорастущим. Управляющий региональным операционным офи-

сом «Пермский» ВТБ 24 Светлана Щеголева поясняет, что кредитный портфель малого и среднего бизнеса вырос в два раза и обеспечил 17% прироста кредитного портфеля (без учета кредитов индивидуальным предпринимателям, выданных в рамках потребительской розничной линии). На финансирование малого предпринимательства в Пермском крае

ВТБ 24 направил в прошлом году 1,5 млрд руб. или 322 кредита.

В Западно-Уральском банке Сбербанка России, по словам председателя правления Кирилла Бреля, за год портфель малого бизнеса вырос на 40%. Аналогичный рост (несмотря на прогнозируемое общее снижение динамики банковского сектора на 5–10%) запланирован и на 2013 год.

Директор филиала «Пермский» «Уральского банка реконструкции и развития» Дануте Раудис называет схожий со Сбербанком (в процентном, а не абсолютном выражении) прирост кредитного портфеля сегмента малого и среднего бизнеса в Пермском крае — более чем на 42%. В 2013 году банк планирует придерживаться таких же темпов.

Банкиры признаются — объемы выданных кредитов растут потому, что они сами возвращают эту среду, стараются «расшевелить» рынок, придумывая

все более интересные финансовые предложения. «Мы будем делать все для того, чтобы увеличить свою долю в сегменте малого бизнеса. Я убежден в том, что именно малый бизнес сейчас становится двигателем экономики. Пока этот рынок находится в стадии становления, мы намерены не просто удовлетворить спрос, который есть на сегодняшний день, а предлагать новые продукты, как например «Бизнес-старт», чтобы расшевелить этот рынок и заставить его развиваться более динамично», — поясняет господин Брель. Так, в начале этого года Сбербанк принял решение по отмене комиссии за предоставление кредита по большинству продуктов для малого бизнеса до 1 октября 2013 года. Причем отменяется как плата за предоставление кредита, так и за досрочный возврат.

Светлана Щеголева говорит, что увеличение доли кредитов малому бизнесу в портфеле банка стало возможным благодаря



ЭФФЕКТИВНАЯ СТАВКА ОТКЛОНЯЕТСЯ ОТ НОМИНАЛЬНОЙ В СРЕДНЕМ НА 30%

Компания «Р-Консалтинг» выяснила, какие условия предлагают банки малому бизнесу.

Оценочная компания «Р-Консалтинг» провела исследование заявленных и эффективных банковских ставок по кредитам для малого бизнеса. Для проведения исследования были выбраны банки, занимающие лидирующие позиции в рейтингах. В список вошли крупнейшие банки, имеющие развитую филиальную сеть и прочно закрепившие свои позиции в Пермском крае. Для того чтобы кредитные программы банков могли быть сопоставимыми, были заданы определен-

ные начальные условия: кредит в сумме 1 млн руб. сроком на год при наличии залога для цели — пополнение оборотных средств.

Номинальная ставка банковских продуктов, предложенных на Пермском рынке, может колебаться от 14,3 до 22% годовых. Данный разброс объясняется следующими причинами. Во-первых, банки по-разному оценивают привлекательность кредитного продукта именно для цели: пополнение оборотных средств. Во-вторых, несмотря на наличие определенных требований заемщика, кредитные продукты являются дифференцированными. Также в одних программах

необходимо подтверждать целевое использование денежных средств бухгалтерскими документами, в других — нет. Подобный риск учтен в дополнительных процентных пунктах, накручиваемых на базовую ставку.

Расчеты показали, что в среднем эффективная ставка отклоняется от номинальной на 30%. Данное отклонение наблюдается в основном за счет одновременных банковских комиссий, составляющих в среднем 1–2% от суммы кредита. В ходе более подробной консультации и глубокого исследования дополнительных параметров отклонение может быть увеличено.

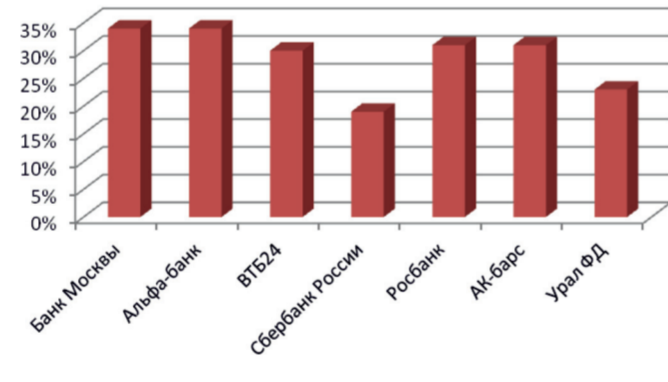
Банк	Вид ежемесячного платежа	Номинальная ставка	Эффективная ставка	Дополнительные сведения	Наличие залога	Разница между ставками
1 Западно-Уральский банк ОАО «Сбербанк России»	дифференцированные	15,6%	18,55%	Единовременная комиссия в размере 1,00%	с залогом	19%
2 ОАО «Банк Москвы»	аннуитетные	22,0%	29,41%	Единовременная комиссия в размере 2%	с/без залога	34%
3 ОАО «АК-барс» банк	аннуитетные, дифференцированные	14,3%	18,42%	Единовременная комиссия в размере 1,50%	с залогом	31%
4 ОАО «Альфа-банк»	аннуитетные	20,0%	26,86%	Единовременная комиссия в размере 2,00%	с/без залога	34%
5 ОАО «Урал ФД»	аннуитетные	15,0%	18,39%	Единовременная комиссия в размере 1,00%	с залогом	23%
6 ОАО «ВТБ24»	аннуитетные	15,0%	19,53%	Единовременная комиссия в размере 1,50%	с залогом	30%
7 ОАО «Росбанк»	аннуитетные, дифференцированные	14,5%	18,71%	Единовременная комиссия в размере 1,50%	с залогом	31%
Среднее значение						28,8%

Данные взяты из открытых источников

СООТНОШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ И НОМИНАЛЬНОЙ СТАВОК



РАЗНИЦА МЕЖДУ СТАВКАМИ



снижению требований к заемщикам: сокращению пакета документов, увеличению возможных сумм кредитования и сроков предоставления кредита. Кроме того, банком были упрощены кредитные процедуры, дифференцированы кредитные технологии для разных клиентских сегментов, разработаны специальные технологии оценки заемщиков и предложения по наиболее востребованным продуктам банка.

«Несмотря на то что структура бизнеса в Пермском крае отлична от общепринятой: крупная промышленность доминирует над малым бизнесом, мы активно расширяем и оптимизируем продуктивную линейку для МСБ, что позволяет нам привлекать новых клиентов», — отмечает Дануте Раудис. В частности, банк старается стимулировать предпринимателей, устанавливая партнерские отношения с государственными фондами поддержки МСБ.

А регулятор фиксирует снижение

В то же время в Банке России по Пермскому краю утверждают, что в целом интерес банков к проведению кредитных операций с субъектами малого и среднего предпринимательства продолжает снижаться. Это подтверждается как сокращением количества кредитных организаций, предоставляющих кредиты предпринимателям, так и сокращением объемов предоставленных кредитов малому бизнесу. Так, в 2012 году объемы кредитования предприятий малого и среднего бизнеса в Пермском крае снизились. Всего субъектам малого и среднего предпринимательства, зарегистрированным на территории Пермского края, предоставлено кредитов

на сумму 71,9 млрд руб., что на 6,9% меньше, чем в 2011 году (77,25 млрд руб.). Снижение показали филиалы инорегиональных банков (на 21,8%), при этом региональные банки и кредитные организации, представленные в Пермском крае только операционными офисами, продемонстрировали рост на 13,9 и 55,5% соответственно. Среднемесячный объем кредитов в 2012 году снизился на 443,2 млн руб. и составил 5,994 млрд руб.

Кирилл Брель возражает на это, что органы статистики и банки по-разному представляют себе малый бизнес. Первые, по его словам, дифференцируют предпринимателей в зависимости от формы собственности (ИП или юридическое лицо). Тогда как для банков принципален только один показатель — объем выручки. «Действительно, если ознакомиться со статистикой Банка России, то кредитный портфель малого и среднего бизнеса в Пермском крае с начала прошлого года идет на убыль. Однако, по данным аналитического центра «Эксперт-Урал», кредитные портфели МСБ большинства банков края по итогам первых шести месяцев 2012 года демонстрируют рост. Возможно, эта разница вызвана статистической погрешностью», — предполагает Дануте Раудис.

Двойственная реальность

В Банке России отмечают, что их выводы основываются только на данных отчетности, которую кредитные учреждения сами сдают в ГУ ЦБ. Диспропорция, которая по итогам прошлого года оказалась такой заметной, по мнению представителей ГУ ЦБ, может свидетельствовать о том, что достаточно

часто предприниматели предпочитают брать потребительские кредиты на развитие бизнеса. «Кредитование малого бизнеса именно как юридический лиц требует, с одной стороны, более тщательной и всесторонней оценки заемщика или предприятия, для чего у банка должны быть соответствующие специалисты, опыт работы, а с другой — сам бизнес должен быть абсолютно прозрачным, — разъясняют в ГУ ЦБ. — Если одно из этих условий (или оба условия) не выполняются, то и банку, и заемщику проще оформить потребительский кредит, хотя он, по идее, заведомо более дорогой. При этом банк сам для себя может считать этот заем кредитом малому бизнесу, поскольку заемщик и не скрывает, что, заложив, к примеру, свой дом, собирается пустить деньги на нужды бизнеса, но в отчетности он значится как потребительский кредит, что и формирует расхождение в данных статистики и собственных оценках банка».

«Не стоит забывать, что малый бизнес — сущность дуальная: индивидуальный предприниматель и физическое лицо. А значит, предприниматель может взять потребительский кредит для развития собственного бизнеса, — подтверждает заместитель председателя правления Экопобанка Алексей Червоных. — Я думаю, даже в Сбербанке получить потребительский кредит значительно проще, чем привлечь деньги как ИП. Да, ставка выше. Но предприниматель в отличие от физического лица чаще всего может обеспечить более высокие доходы, поэтому для него эта ситуация будет нормальной».

«Не стоит забывать, что малый бизнес — сущность дуальная: индивидуальный предприниматель и физическое лицо. А значит, предприниматель может взять потребительский кредит для развития собственного бизнеса, — подтверждает заместитель председателя правления Экопобанка Алексей Червоных. — Я думаю, даже в Сбербанке получить потребительский кредит значительно проще, чем привлечь деньги как ИП. Да, ставка выше. Но предприниматель в отличие от физического лица чаще всего может обеспечить более высокие доходы, поэтому для него эта ситуация будет нормальной».

Банкиры признаются: объемы выданных кредитов растут потому, что они сами стараются «расшевелить» рынок

ФОТО ОЛЕГА ХАРСЕВА

Директор ИА «Саминвестор» Илья Липкинд соглашается, что многие ИП и владельцы малых предприятий численностью работников в несколько человек действительно вынуждены иногда вместо кредитов малому бизнесу использовать потребительские кредиты (нецелевые) или свои кредитные карты. «Нередко их бизнес не соответствует требованиям банка для получения кредита, может отсутствовать залог, или просто не требуется крупная сумма (например, кредиты малому бизнесу во многих банках начинаются от 500 тыс. руб., а некоторым предпринимателям зачастую необходимо всего 100–150 тыс.), — говорит он.

И тем не менее, руководители региональных банков подтверждают сокращение динамики кредитования малого бизнеса. Потенциально на это могут повлиять действия правительства РФ по изменению пенсионного законодательства. Дануте Раудис говорит, что с начала года в России из-за повышения обязательных выплат в Пенсионный фонд ушли с рынка от 300 до 390 тыс. индивидуальных предпринимателей, что составляет 7–9,8% от общего числа зарегистрированных ИП. «Если такие темпы сохранятся до конца года, то рынок может потерять добрую половину существующих представителей малого и среднего бизнеса», — отмечает она.

Надежда Емельянова

Росли быстрее рынка

В МАРТЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ЗАПАДНО-УРАЛЬСКОГО БАНКА СБЕРБАНКА РОССИИ КИРИЛЛ БРЕЛЬ ПРОВЕЛ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЮ, НА КОТОРОЙ ПОДВЕЛ ИТОГИ РАБОТЫ ЗА 2012 ГОД

Малый бизнес стоит развивать
Западно-Уральский банк Сбербанка России по итогам 2012 года заработал 18,6 млрд руб. Финансовый результат оказался рекордным: банк превзошел на 2 млрд руб. плановые показатели прошлого года, на 60% — результаты 2011 года и в четыре раза — достижения двухлетней давности.

Основной рост обеспечили программы розничного кредитования, сообщил председатель банка Кирилл Брель. По итогам 2012 года в системе Сбербанка России Западно-Уральский банк занимает первое место по доле на рынке розничного кредитования. Это значит, что банк выдает каждый пятый розничный кредит в Пермском крае, Удмуртии и Республике Коми. Розничный кредитный портфель банка увеличился за год на 40%: объемы кредитования росли быстрее по сравнению с прогнозами по рынку. На 1 января 2013 года кредитный портфель физических лиц составлял около 125 млрд руб.

В корпоративном секторе результаты оказались скромнее. И связаны они с тем, что банк пересмотрел политику кредитования юридических лиц. «Мы не планировали существенного роста в корпоративном портфеле. Сейчас банк

видит иначе кредитование юридических лиц: все клиенты в зависимости от своего финансового состояния получают определенный рейтинг, в котором применяется дифференцированная ставка. Уровень процентной ставки теперь привязывается к степени рискованности клиента», — пояснил господин Брель. Доля юридических лиц в кредитном портфеле в настоящее время находится на уровне 50%. В таких же объемах банк видит этот сегмент и в 2013 году.

Во многом эта ситуация стала следствием того, что банк столкнулся с ростом проблемных необеспеченных кредитов, выданных юридическим лицам. Наиболее тяжелая ситуация в Республике Коми, где проявились структурные проблемы во многих отраслях экономики, которые являются базовыми для республики. За год не удалось снизить проблемные кредиты до плановых показателей, и сейчас они составляют 10% корпоративного кредитного портфеля. И это несмотря на то, что банку удалось урегулировать многие проблемные истории, но в последние периоды появились новые. По словам господина Бреля, в регионах присутствия Западно-Уральского банка Сбербанка России, к сожалению,

один из самых высоких показателей проблемных кредитов в РФ.

В то же время на 40% выросли объемы кредитования малого и среднего бизнеса. Это направление, по словам господина Бреля, сейчас является для банка основным ориентиром на ближайший два-три года. «Для того чтобы экономика страны росла, я не вижу иного варианта, кроме развития малого и среднего бизнеса. Иначе мы никогда не избавимся от нефтяной зависимости», — заявил господин Брель.

По привлеченным пассивам физических лиц банк увеличил свои показатели на 20%, сохранив позиции на уровне 60% от размера портфеля. В абсолютных цифрах этот показатель составляет 220 млрд руб. Аналогичных показателей банк достиг и по привлечению средств юридических лиц. Остатки на счетах юридических лиц на начало года составляли около 80 млрд руб. Сейчас каждый шестой рубль на счетах корпоративных клиентов региона находится на корреспондентских счетах Сбербанка.

Инфраструктура будущего

И все же к главным достижениям Западно-Уральского банка Сбербанка России в прошлом году следует отнести изменение инфраструктуры регионального банка. Изменения произошли на всех уровнях — была оптимизирована филиальная сеть, а также кардинально поменялась внутренняя и внешняя структура отделений.



Внутренняя оптимизация предполагала преобразование сети отделений. Еще год назад на территории Пермского края работало 18 отделений в статусе филиалов. Сейчас в территориях присутствия (Пермский край, Удмуртия, Коми) работают по одному филиалу. Большая часть отделений банка утратили юридический статус филиалов и превратились во внутренние структурные подразделения Пермского головного филиала. Это существенно оптимизировало деятельность банка — если

раньше все филиалы должны были вести отчетность и вовремя предоставлять ее в Главное управление Центрального банка по Пермскому краю, то сейчас в каждом субъекте федерации осталось по одному филиалу с единым балансом.

В Перми на базе пяти филиалов в январе 2012 года было создано одно — Пермское головное отделение, в которое был передан весь функционал по развитию бизнеса банка в Пермском крае. Пермское головное отделение разместит-

лось в здании территориального банка на Монастырской, 4. Сюда пришли работать специалисты, которые до этого хорошо зарекомендовали себя в различных отделениях банка.

Значительные средства были инвестированы в перепрофилирование филиалов Сбербанка. В течение 2011–2012 годов в территориях присутствия банка было переоборудовано 130 офисов. Теперь в новом формате работают примерно 40% городских подразделений банка. В этом году программа перепрофилирования сети продолжится — еще 88 офисов Сбербанка предстанут перед клиентами в новом, более удобном формате. В прошлом году в Перми появились «Центры развития бизнеса», где клиенты малого и среднего бизнеса получают максимум удобств и высокий уровень сервиса. Крупнейший «Центр развития бизнеса» вот-вот откроется по адресу: Ленина, 72а.

Кроме того, в Перми в пилотном режиме откроется первый в России офис-трансформер: этот концепт предполагает создание банка с новыми возможностями в результате быстрого структурного переоборудования внутреннего пространства. Один и тот же зал может стать комнатой переговоров или залом обслуживания клиентов (например, для проведения транзакционных операций), а также дает возможность быстрого и незатратного расширения зоны устройств самооб-

служивания. Такой офис Сбербанка откроется по адресу: Уральская, 69 уже в третьем квартале 2013 года.

Кирилл Брель, председатель Западно-Уральского банка ОАО «Сбербанк России»:
— Минувший год был успешным для всей банковской системы: не случилось каких-то серьезных потрясений, и рынок рос большими темпами, чем мы предполагали. В первую очередь это касается розничного бизнеса. Мы сохранили свои позиции во всех трех территориях присутствия — Пермском крае, Удмуртии и Республике Коми.

Наступивший год станет финальным годом реализации действующей пятилетней Стратегии развития Сбербанка России. Сейчас на уровне центрального аппарата идет выработка новой Стратегии, которая должна появиться к концу 2013 года. Это будет новый вызов для нас. Но именно сейчас нам очень важно определиться с ориентирами на будущее.

Темпы роста банковского сектора в 2013 году, вероятно, снизятся. Если в целом банковский сектор в 2012 году вырос на 25%, то в этом году мы ожидаем роста на 10–15%. Прибыль Западно-Уральского банка к концу 2013 года должна достичь 23 млрд руб. Мы не планируем расти так агрессивно, как в прошлые периоды. Но мы ставим задачу удержания тех рыночных позиций, которые занимаем в настоящее время.

Старый друг лучше

маркетинг

Удержать текущего клиента всегда дешевле, чем заниматься привлечением новых. Именно поэтому банки не скупаются на подарки, бонусы и различные скидки. Хорошее отношение к клиентам окупается сторицей: по оценкам экспертов, программы лояльности способствуют увеличению прибыли в среднем на 13-30%. Специально для «Ъ-Финансы» Bank.ru провел исследование и выяснил, на что направлены банковские программы лояльности и действительно ли они выгодны потребителям.

Реализуя программы лояльности, банки стремятся поддержать и расширить клиентскую базу, а также повысить свой статус в глазах клиентов. Треть банков указали, что программы лояльности в основном направлены на удержание своих клиентов, другая треть банков стремится привлечь новых клиентов. На противодействие усилиям конкурентов по переманиванию клиентов нацелены программы 20% банков. «На первом месте для человека всегда будут надежность, качество и удобство обслуживания. Поэтому, разрабатывая различные бонусные системы, банкам важно помнить в первую очередь про сервис и клиентоориентированность. Когда человеку комфортно работать с банком и когда он уверен в сохранности своих средств, он уже лоялен и не смотрит на конкурентов», — подчеркнул управляющий партнер Bank.ru Андрей Полуэктов.

Банки тратят немалые средства на реализацию про-

грамм лояльности, однако затраты такого рода соотносятся с ростом оборотов и всегда рентабельны. Клиенты, получив бонусы и подарки, крайне редко расторгают основные договоры. Как правило, они, наоборот, пролонгируют их, заказывают в банке новые продукты и услуги.

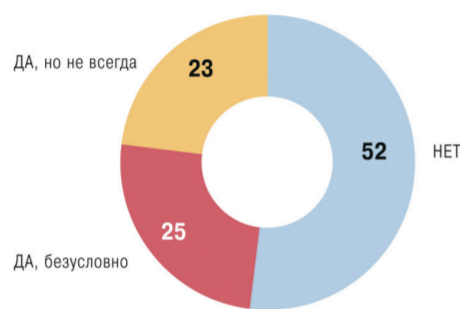
Эксперты отмечают, что удержание текущих клиентов обходится дешевле, чем привлечение новых. Программы лояльности способствуют увеличению прибыли в среднем на 13-30%. При этом наибольшую выго-



Самыми популярными инструментами программ лояльности остаются бонусы и накопительные скидки

ду приносят фиксированные скидки, прогрессивные шкалы скидок, группы карт, предоставляющих клиенту право на скидку. Данные маркетинговые инструменты могут увеличить прибыль на 20-30%. А вот бонусы, подарки, особые условия обслуживания дают банкам рост прибыли в среднем на 3-5%.

ВЛИЯЕТ ЛИ НА КЛИЕНТА ПРИ ВЫБОРЕ БАНКА НАЛИЧИЕ В БАНКЕ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ (%) ИСТОЧНИК: BANK.RU.



Как заметила коммерческий директор Связного банка Яна Мазурова, отдельные маркетинговые акции с начислением дополнительных бонусных баллов приносят банку трехкратный рост оборотов за период.

Что касается выгоды клиентов, то, по мнению директора департамента розничного бизнеса Росэнергобанка Александра Васильчикова, она будет зависеть от честности и прозрачности действий того или иного банка. У порядочных банков клиент обязательно получит выгоду, но не всегда такую, на которую рассчитывал. Связано это не с обманом со стороны банка, а с тем, что клиенты часто не понимают условий налогообложения и условий предоставления подобных льгот.

Зато население хорошо понимает истинную подоплеку всех акций по повышению лояльности. 82% респондентов, участвовавших в опросе Bank.ru, считают, что банковские бонусы, подарки не что иное,

как маркетинговый ход и банки своего никогда не упустят. И только 11% респондентов различные скидки посчитали заботой банка о своих клиентах. Но при этом более половины респондентов отметили, что при выборе банка наличие скидок и бонусов не является главным фактором.

Казалось, что акции лояльности очень удобно проводить при поддержке социальных сетей. Около 80% банков, участвовавших в исследовании, отметили, что присутствуют в социальных сетях. Самыми популярными для позиционирования банков являются сети «В контакте» и «Одноклассники». Создавая странички в соцсетях, 86% банков хотят в первую очередь проинформировать подписчиков о предоставляемых продуктах и услугах. 71% банков видят в соцсетях канал привлечения новых клиентов, 56% — рекламный инструмент.

Впрочем, исследование, проведенное Bank.ru, приво-

дит к более скептическому отношению к эффективности социальных сетей как канала продвижения акций лояльности. Bank.ru, опросив участников интернет-сообщества, выяснил, что 40% респондентов сомневаются в том, что банк может стать их другом в соцсети. Еще 15% и вовсе относятся негативно к присутствию банка в соцсетях. На их взгляд, банк только и делает, что пытается продать свои продукты. Лишь каждый десятый является подписчиком банковской странички, причем более половины из них удовлетворены общением, так как всегда получают свежую информацию об акциях и бонусах, а также ответы на интересующие вопросы.

В погоне за клиентами банки либо сами разрабатывают поощрительные программы, либо объединяют силы с другими компаниями — так называемые кобрендинговые акции. Большинство банков благодаря кобрендингу получают весомую выгоду, однако, по мнению директора программы «Спасибо от Сбербанка»

Анны Пашкевич, участие в чужой программе лояльности рано или поздно станет для банка более дорогой и менее управляемой программой, чем собственная.

Исследование, проведенное Bank.ru, показало, что самыми популярными инструментами программ лояльности остаются бонусы, накопительные скидки, призы, лотереи, подарки. В той или иной степени данные инструменты представлены в 70% всех опрошенных банков.

По картам «Промсвязьбанк-Трансаэро» существует система накопления баллов, с помощью которых можно повышать класс обслуживания или приобретать билеты авиакомпании «Трансаэро». При открытии вклада в банке «Хоум Кредит» клиенты получают бонусные баллы на карту клуба «Перекресток». Сбербанк реализует программу накопительных баллов «Спасибо», которые можно обменять на скидки в магазинах-партнерах. Из всех банков, принимавших участие в исследовании, около 60% кредитных уч-

реждений предлагают клиентам фиксированные скидки. В основном это сниженный процент по кредиту для постоянных добросовестных клиентов. Почти половина всех банков предоставляет особые условия обслуживания. Например, в Росэнергобанке клиенты, имеющие солидные суммы, могут получать консультации/рекомендации непосредственно от управляющего. Кроме того, все заявки подобных клиентов головной офис рассматривает в приоритетном порядке. Около 40% банков предлагают карты, предоставляющие клиенту право на скидку. В 30% исследуемых банков действует прогрессивная шкала скидок, а еще 30% банков предоставляют доступ к ресурсам, закрытым для остальных клиентов. Например, в Росгосстрах-банке у корпоративных клиентов есть возможность получать «Корпоративный экспресс кредит» дистанционно через систему интернет-банкинга.

Маргарита Гвоздева, Алексей Килчичев, Bank.ru

30+ Интересует 30+ % годовых*? с гарантией сохранности вложений!

Узнай подробности на сайте www.vitus.ru или по телефону 2-184-184

ВИТУС инвестиционная компания

*Историческая доходность услуги «Структурированный продукт» с неограниченной доходностью за январь 2013 г. Компания не гарантирует доходность, результаты инвестирования в прошлом не являются ориентиром для оценки будущей результативности. Структурированный продукт со 100% защитой капитала. Сумма инвестирования — от 250 000 руб. Срок инвестирования — от 1 месяца. Внимание! Акция! До конца апреля комиссия компании — 10 руб. ООО «Инвестиционная компания «ВИТУС» имеет все необходимые лицензии. Подробная информация на сайте www.vitus.ru или по адресу: г. Пермь, ул. Ленина, 50, 3 этаж.



Кредит Вам к лицу

Кредитное предложение только для бизнес-леди

Дорогие дамы!

Весна — время обновления! Солнце светит ярче, лица вокруг нас становятся веселее, а в голову приходят новые идеи. Идеи не только о том, как обновить гардероб, но и о том, как обновить бизнес.

В эти весенние дни мы хотим особо отметить всех вас, кто занимается бизнесом: индивидуальных предпринимателей, собственников и совладелец компаний. Вы успешны благодаря вашему женскому обаянию, знаниям и женской интуиции. Мы гордимся вами и рады нашему сотрудничеству.

Специально для вас мы подготовили новое уникальное предложение: с 1 марта по 30 апреля 2013 года при открытии любого кредита для малого бизнеса вы получите скидку 50% на сумму комиссии за открытие и ведение ссудного счета, а также элегантный подарок от банка — сертификат парфюмерно-косметической сети на 3500 рублей.



Узнайте больше по телефонам **206-04-17** и **240-10-13** www.uralfd.ru

Причинная версия

ТЕХНОЛОГИИ

Распространение мобильного интернета, новые мобильные технологии и мобильный банкинг не просто приводят к изменению пользовательских привычек, но уже становятся едва ли не основной причиной в изменениях на банковском рынке. Крупные банки, которые не сумеют адаптироваться к новым запросам потребителя на мобильность, рискуют проиграть новым или менее известным игрокам, которые предложат клиенту качественные, безопасные и удобные услуги мобильного банковского обслуживания.

Согласно отчету британского телеком-регулятора Ofcom, объемы мобильного интернета ежегодно увеличиваются в мире в полтора-два раза. Также, по данным опроса, проведенного J'son & Partners Consulting, 42% российских пользователей мобильного интернета ежедневно выходят в сеть со своего смартфона, которым является почти каждый третий проданный в России телефон, а это более 27 млн мобильных устройств.

Мобильный банкинг позволяет узнать баланс всех счетов по всем картам и вкладам клиента, найти ближайшие банкоматы и отделения банков на карте, конвертировать валюту, оплачивать товары и услуги, совершать денежные переводы, удаленно открывать срочные вклады и даже использовать автоматические сервисы персонального финансового менеджмента. Мобильная опера-



Смартфоны стали удобными инструментами для мобильного банкинга
ФОТО НИКОЛАЯ ШЫГАНОВА

ционная система Android позволяет использовать мобильные виджеты, с помощью которых можно отслеживать на экране смартфона информацию о счете в реальном времени.

Банковские платежные мобильные приложения также могут предоставлять клиенту информацию о товарах и услугах, способную повлиять на решение о покупке прямо в магазине.

Использование новых технологий передачи информации на короткие расстояния, таких как NFC, создает новые возможности для мобильных платежей, поддержка которых в будущем может стать обязательным требованием к банкам, особенно в клиентском сегменте до 35 лет. Исследование PwC

показало, что только 5% пользователей смартфонов используют их для оплаты товаров и услуг в платежных терминалах, но более 50% потребителей заинтересованы возможностью использования мобильного телефона в качестве банковской карты.

С помощью NFC-чипа, встроенного в мобильный телефон, появится возможность оплачивать общественный транспорт, товары в магазинах, счета в ресторанах и совершать любые другие привычные платежи, просто поднося телефон к считывающему устройству. Уже сейчас есть возможность оплачивать поездку в аэропорт на аэроэкспрессе, кофе в «Старбаксе» и проезд в метро в Москве и Екатеринбурге с помощью мобильного телефона, получив специальную SIM-карту у оператора сотовой связи.

Рынок NFC-платежей еще незначительно развит в абсолютных значениях,

но растет на 70% в год и имеет огромный потенциал к использованию в местах, где скорость обслуживания является основным критерием. Согласно оптимистическому сценарию J'son & Partners Consulting, объем мобильных платежей к 2017 году в России с использованием NFC превысит 50 млрд руб., несмотря на прогноз на 2012 год в 30–150 млн руб.

На данный момент основными сложностями в распространении NFC-систем являются неразвитость инфраструктуры, комиссии операторов сотовой связи и NFC-чипы. Из-за более высоких затрат на технологии и обслуживание NFC многие финансовые институты в США начинают тестирование новых «облачных» технологий хранения и обработки платежной информации, которые не зависят от провайдеров связи, производителей дополнительного оборудования и даже картонных систем. Такие технологии позволяют безопасно хранить клиентские данные «в облаке», отсылая в платежный терминал только токен, используя мобильное приложение на смартфоне с камерой для считывания QR-кода, заменяя технологию NFC.

В свою очередь, привлекательность для банков предложения мобильных банковских услуг обусловлена не только удовлетворением спроса уже имеющихся клиентов и привлечением новых,

но и содержанием дополнительных офисов из-за снижения количества обслуживаемых в них клиентов.

Причем клиенты, использующие мобильные приложения для проверки баланса, совершения платежей и переводов, поиска отделений и банкоматов и даже для удаленного открытия вкладов, менее склонны к смене банка. На основе таких систем уже сейчас могут быть построены мобильные приложения, связанные с виртуальными платежными кошельками, которые могут пополняться как из других платежных систем, так и с помощью наличных в терминалах, полностью исключая банки и международные картонные платежные системы из цепочки оплаты.

То есть серьезной опасностью для банков и международных платежных систем типа Visa и MasterCard является возможность продвижения в России мобильных платежных систем, не привязанных к банковским картам. Переход процессинга платежей от банков к новым игрокам рынка платежей грозит платежным системам не только потерей прибыли, но и потерей важной статистической информации о клиентском поведении, на основе которой разрабатываются новые продукты и поддерживаются уже имеющиеся.

Наталья Герасенко,
Радек Йезбера, PwC

Правила съема

Интернет-банкинг

Развитие сферы банковских услуг с использованием удаленных каналов доступа не только облегчило операции по проведению расчетов и переводу денежных средств, но и создало условия для совершения преступлений. Методы работы преступников и противодействия им изучал корреспондент «Ъ-Финансы» Дмитрий Астахов.

По данным управления Центробанка по Пермскому краю, в минувшем году банками региона было эмитировано 2,3 млн платежных карт. На территории Пермского края было совершено 128 млн операций на сумму 330,2 млрд руб. По сравнению с 2011 годом количество сделок увеличилось на 39,2%, а объем — на 34,3%.

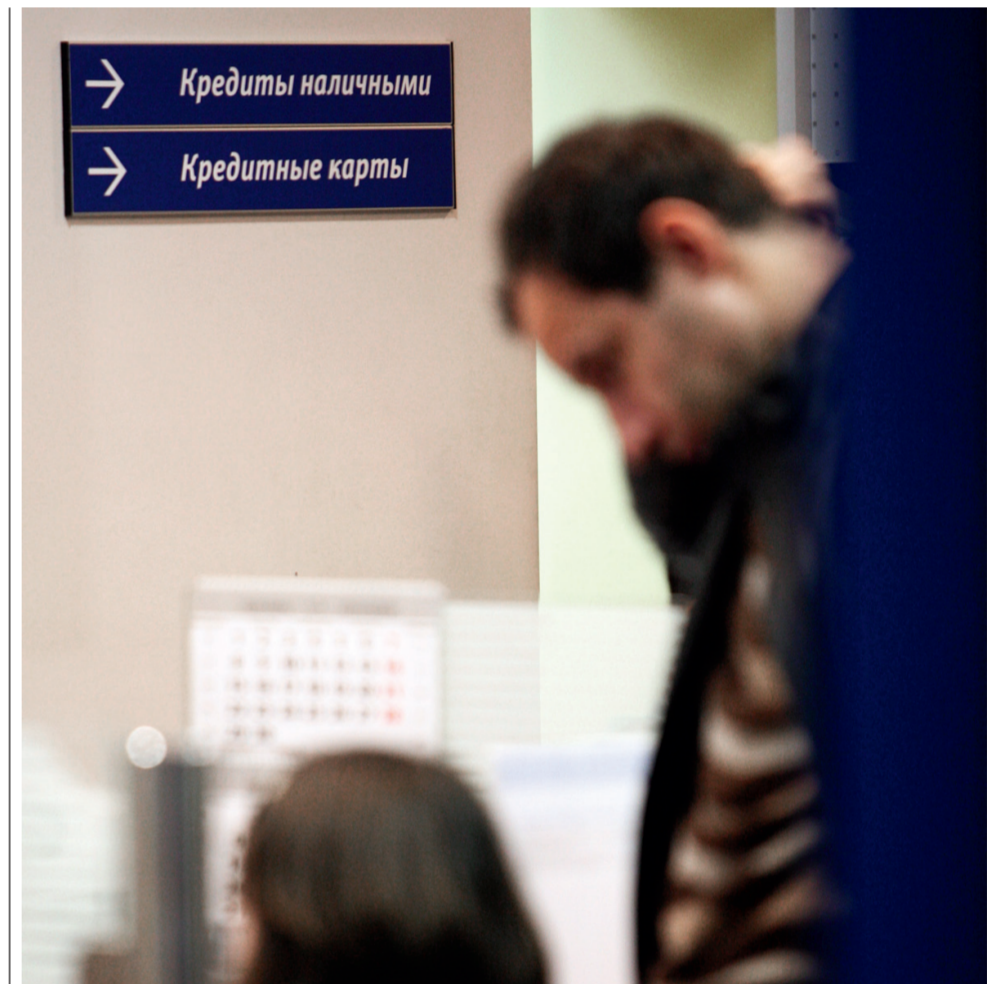
Вместе с ростом объема потребления этих услуг растет и число преступлений, связанных с хищением средств, находящихся на банковских счетах клиентов, с использованием высоких технологий. Потерпевшими от действий злоумышленников в разное время были бывший пермский политик, губернатор Кировской области Никита Бельх, футболист пермского «Амкара» Сергей Волков, авиакомпания «Уральские авиалинии» и UTAir. По данным отдела «К» ГУ МВД по Пермскому краю, в прошлом году было зафиксировано более 100 преступлений, связанных с кредитными картами. При этом борцы с киберпреступностью отмечают, что их отдел оказывает оперативное сопровождение далеко не по всем уголовным делам. Некоторые из них расследуются в районных отделах МВД, где специалистов этого профиля просто нет.

Наиболее распространенные виды преступлений — хищение средств через получение доступа к персональному компьютеру клиента, а также компрометация (завладение данными) банковских карт. Суммы ущерба от таких преступлений варьируются от нескольких десятков тысяч до миллионов рублей. «Жертвами становятся и физические и юридические лица, каких-то особых предпочтений у злоумышленников нет, в большинстве случаев деньги воруют у тех пользователей, чей компьютер заражен вирусом, с помощью которого можно получить доступ к данным счета», — пояснил один из сотрудников отдела «К».

Полицейские отмечают, что, как и программное обеспечение, вредоносные программы постоянно совершенствуются и развиваются. Стопроцентную защиту не может обеспечить ни одна система. При этом часто инфицирование компьютера происходит по вине самих потерпевших, которые пренебрегают мерами по обеспечению безопасности передаваемой информации.

«Самым популярным способом мошенничества является выманивание у пользователя личной информации, необходимой для проведения операций с его счетами», — рассказывает управляющая РОО «Пермский» ВТБ 24 Светлана Шеголева. По ее словам, чаще всего используется ссылка на поддельную страницу банка, на которой клиента просят ввести его конфиденциальные данные — логин и пароль для входа в интернет-банк, реквизиты банковской карты. Также данные пытаются получить с помощью SMS и других видов рассылок.

Начальник управления безопасности информационных систем Уральского банка реконструкции и развития (УБРиР) Александр Падерин также отмечает, что с каждым годом методы преступников становятся все более изощренными, но при этом случаи, когда попытки мошенников увенчались бы успехом, в УБРиР единичны. По словам господина Падерина, пик попыток несанкционированного доступа приходится на осень и зиму, наи-



В прошлом году в Прикамье зафиксировано более 100 преступлений, связанных с кредитными картами
ФОТО АЛЕКСАНДРА ВАЙШТЕЙНА

более спокойное в этом отношении время — весна. «Очень важно понимать, что для мошенников всегда слабым звеном является клиент, именно его рабочее место, а не сервер банка, подвергается атаке злоумышленников», — пояснил Александр Падерин.

В качестве элементарных мер обеспечения безопасности интернет-банкинга в отделе «К» предлагают использовать только лицензионное ПО, а также антивирусные программы и поддерживать их постоянное обновление. «Идеальный вариант — это когда для дистанционного банковского обслуживания используется специальный компьютер, который не привлекается для выполнения каких-то других задач», — говорят в отделе «К».

Полицейские отмечают, что банковские организации активно сотрудничают с правоохранительными органами в борьбе с киберпреступниками. «Если преступление все же произошло, то от действий злоумышленников страдает не только счет клиента, но и имидж банка, восстановление которого зачастую зависит от результатов расследования и изобличения лица, совершившего преступление», — считает сотрудник отдела «К».

Средства обеспечения безопасности банковского счета — один из наиболее быстро развивающихся видов услуг, предлагаемых банками. «ВТБ 24 применяет различные средства и методы защиты информации, начиная с паролей и заканчивая многоуровневыми системами безопасности на основе современных криптографических протоколов и алгоритмов, реализующих шифрование и работу с электронными цифровыми подписями (ЭЦП), — говорит Светлана Шеголева, — все зависит от выбранной услуги или продукта».

По словам Александра Падерина, максимальный предлагаемый банком пакет услуг включает в себя возможность использования OTP-токена для формирования одноразовых паролей с целью подтверждения платежей. USB-токен для неизвлекаемого хранения ключей электронной подписи, а также

антивирусное программное обеспечение с годовым правом пользования. Господин Падерин отмечает, что каждый клиент, счет которого подвергался попытке несанкционированного доступа, приобретает дополнительные средства защиты.

Менее распространенный способ — хищение средств с помощью несанкционированного доступа к банкоматам. Собеседники «Ъ-Финансы» отмечают, что таким образом совершается преступление гораздо сложнее, так как за их безопасностью отвечают банковские структуры. Так, по словам Светланы Шеголевой, в ВТБ 24 существует внутренний регламент по установке банкоматов. Большая часть из них располагается в офисах банка, в крупных торговых сетях. «При этом соблюдено требование отсутствия зеркальных поверхностей и потолков, обеспечена «зона безопасности» для клиента, устройства обеспечены камерами видеонаблюдения, банкоматы и их содержимое застрахованы», — рассказывает госпожа Шеголева. В рабочее время банкоматы регулярно осматривают сотрудники кредитной организации, а в выходные и праздничные дни банкоматная сеть охраняется техническими средствами охраны, силами специализированных охранных предприятий и МВД России.

По ее данным, наиболее распространенным способом хищения является использование скиммеров — устройств, считывающих данные с магнитной полосы платежной карты. Данные карты, в том числе и пин-код, передаются злоумышленнику, который изготавливает дубликат и получает возможность снять наличные со счета потерпевшего.

Эксперты в области IT-безопасности отмечают, что в качестве средства защиты от скримминга банки предлагают чиповые карты, которые исключают передачу пин-кода по каналам связи и снижают риск получения данных мошенниками. «Проблема в том, что с чипом работать могут не все банкоматы. Быстро произвести модернизацию всей банкоматной сети у кредитных организаций нет ни возможности, ни особого желания», — отметил собеседник «Ъ-Финансы».

ПУСТЬ ОЖИДАНИЕ ПРЕВЗОЙДЕТ ВСЕ ОЖИДАНИЯ

Развлекайте клиентов скоростным Wi-Fi

ГОТОВЕЕ ТЕЛЕКОМ-РЕШЕНИЕ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ

WI-FI HOT SPOT
• беспроводной интернет для посетителей

ОБЛАЧНАЯ АТС
• многоканальный номер
• запись разговоров

ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЕ
• подсчет клиентопотока
• контроль качества обслуживания

ПОДКЛЮЧИТЬСЯ
8 800 333 9000
B2B.DOMRU.RU

Wi-Fi Hot Spot — технология беспроводного доступа. Подключение происходит при наличии технической возможности на условиях тарифных планов, действующих в компании «ЭР-Телеком». Услуги в г. Пермь оказывает ОАО «ЭР-Телеком», в остальных городах — ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг»
реклама