



ПАО «Почта Банк», Реклама

Почта Банк

Четверг 31 марта 2016 №54 (5804 с момента возобновления издания)

kommersant.ru

23 | Какие инновационные разработки «Почта Банк» унаследовал от своего предшественника «Лето Банка»

24 | Не только деньги: благотворительная программа по спасению российских лесов

24 | Особенности работы нового банка в регионах

Перезагрузка потребкредитования

За время кризиса потребительское кредитование в России существенно изменилось: большие кредиты на длительные сроки кажутся опасными и банкам, и заемщикам. Сегодняшний рынок вернулся в начало 2000-х — кредиты в магазинах, маленькие суммы и короткие сроки. Банкирам и клиентам приходится заново учиться доверять друг другу.

— рыночная ситуация —

Возвращение спроса

В текущем году на российский рынок банковского ритейла выходит новый игрок — «Почта Банк». Его совместно с «Почтой России» создает группа ВТБ на базе «Лето Банка». «Мы не будем работать с „юридиками“, мы будем работать только с физическими лицами — это очень важно», — рассказал СМИ глава ВТБ Андрей Костин. В ближайшие три года новый банк планирует открыть 15 тыс. точек обслуживания в почтовых отделениях. Впоследствии банк в разных форматах будет присутствовать в 42 тыс. отделений «Почты России», что сделает инфраструктуру финансовой организации самой крупной в России.

С одной стороны, это шаг вполне своевременный для завоевания доли рынка, поскольку многие банки сокращают свое присутствие в ритейле, и в первую очередь в сегменте потребительского кредитования. С другой стороны, сокращается и количество платежеспособных заемщиков среди частных клиентов.

Так, по данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), в прошлом году доля просрочки по кредитам на покупку потребительских товаров выросла до 17,8%. Большую долю просроченных кредитов показали кредитные карты — 19,3%. Росла доля также и в наиболее защищенных сегментах, таких как автокредитование (8,6%) и ипотека (4%). «На фоне сокращения выданных новых займов к четвертому кварталу 2015



Председатель правления банка ВТБ 24 Михаил Задорнов (слева) и генеральный директор ФГУП «Почта России» Дмитрий Страшнов на брифинге, посвященном созданию «Почта Банка»

года доля „плохих“ кредитов в портфелях кредиторов фактически достигла предельных значений. Уровень просроченной задолженности в розничном кредитовании продолжает оставаться высоким, но темпы ее роста снижаются, что позволяет говорить о начале процесса постепенной стабилизации», — заметил гендиректор НБКИ Александр Викулин.

В «Почта Банке» также испытывают определенный оптимизм в отношении клиентского спроса на потребительские кредиты. «Мы работаем с небольшими суммами — порядка 100 тыс. руб. — и наблюдаем приятную для всех банкиров тенденцию: с начала года воз-

вращается спрос на кредитование, при этом качество потока значительно улучшается. Чем это может быть обусловлено? Я думаю, что в том числе и сжатием рынка игроков кредитования. Остаются только сильные игроки, которые смогли подрегулировать свои модели работы. Да, они тоже поймали дефолт по старым портфелям — это очевидно, никуда от этого не деться. Но они эволюционируют в новую реальность. А те, кто не успевает, сойдут», — рассказал „Ъ“ глава «Почта Банка» Дмитрий Руденко. Действительно, сегодня рынок потребительского кредитования меняется. Если раньше основными сегментами были кредиты наличными на три-пять лет с суммами до 1 млн руб. и кредитные карты, то сейчас на первый план выходят кредиты в магазинах (POS-кредиты) и кредиты наличными на короткие сроки и небольшие суммы.

Линейка почтовых продуктов

— кредиты и депозиты —

Новому банку предстоит учесть потребности всех категорий посетителей «Почты России», через отделения которой ежегодно проходят 70 млн человек, и предоставить им оптимальный набор банковских услуг. Бизнес-план банка предусматривает рост объема привлеченных средств более чем в десять раз относительно показателей «Лето Банка» — до 24 млрд руб., а кредитного портфеля — почти вдвое, до 126 млрд руб. Реализовывать эти планы «Почта Банк» будет с помощью сберегательных счетов, кредитов наличными и кредитных карт. Кроме того, клиентам будут предложены платежные сервисы, перевод средств, срочные вклады и текущие счета.

Базовые принципы

В первом квартале начинает работу «Почта Банк», 50% плюс одна акция которого принадлежит ВТБ 24, а 50% минус одна акция — дочерней структуре ФГУП «Почта России». Новый банк реализует обсуждаемую уже более 15 лет идею интеграции банковских сервисов в почтовую систему.

«Почта Банк» ориентирован на работу с физическими лицами: услугами банка смогут воспользоваться все клиенты почты, а также сотрудники «Почты России» в качестве зарплатных клиентов. До конца 2016 года планируется открыть не менее 6 тыс. банковских окон в 3,5 тыс. отделений почты. Пик роста сети придется на период с июля по ноябрь: за пять месяцев в отделениях «Почты России» откроется около 5 тыс. новых точек оказания банковских услуг. Всего же за три года с начала проекта запланировано открытие около 20 тыс. окон банка в 15 тыс. отделений почтовой связи.

Решение о создании «Почта Банка» было принято в сентябре 2015 года, а в середине марта 2016 года на втором заседании набсовета банка был утвержден бизнес-план. Он предусматривает выход на прибыль уже по итогам 2016 года. В текущем году банк рассчитывает, что продажи кредитных продуктов составят порядка 77 млрд руб., а кредитный портфель по итогам года достигнет 126 млрд руб. до вычета резервов. Также банк планирует увеличить объем привлеченных средств больше чем в десять раз — до 24 млрд руб. Большая часть привлеченных средств будет формироваться сберегательными счетами и депозитами, открываемыми в клиентских центрах банка в отделениях «Почты России».

ПОЧТА БАНК: СТРУКТУРА И ХАРАКТЕРИСТИКИ

28 ЯНВАРЯ 2016 ГОДА «ПОЧТА РОССИИ» И ГРУППА ВТБ ПОДПИСАЛИ ПАКЕТ ДОКУМЕНТОВ О СОЗДАНИИ ПОЧТА БАНКА. ПОЧТА БАНК СОЗДАН НА БАЗЕ ДОЧЕРНЕГО БАНКА ВТБ 24 — ЛЕТО БАНКА. ВОЗГЛАВИЛ НОВУЮ КРЕДИТНО-ФИНАНСОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ ДМИТРИЙ РУДЕНКО. БАНК ОРГАНИЗОВАН ПУТЕМ ВХОЖДЕНИЯ ДОЧЕРНЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ПОЧТЫ РОССИИ» В КАПИТАЛ «ЛЕТО БАНКА». ГРУППЕ ВТБ ПРИНАДЛЕЖАТ 50% ПЛЮС ОДНА АКЦИЯ, ДОЧЕРНЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ПОЧТЫ РОССИИ» ПРИНАДЛЕЖАТ 50% МИНУС ОДНА АКЦИЯ

ИНВЕСТИЦИИ В ПРОЕКТ	ПРОДУКТОВАЯ ЛИНЕЙКА	ФИЛИАЛЬНАЯ СЕТЬ
<p>16 млрд руб. составят совместные инвестиции группы ВТБ и «ПОЧТЫ РОССИИ» в капитал «ПОЧТА БАНКА»</p> <p>также «почта банк» обеспечит оснащение необходимым оборудованием почтовых окон, где будут предоставляться банковские услуги</p> <p>бюджетные инвестиции — 0 руб. платежей со стороны почтового оператора за использование банковских систем не предполагается</p>	<p>110 тыс. руб. средний размер кредита наличными</p> <p>15–18 тыс. руб. средний лимит по кредитной карте</p> <p>ЗАЛОГОВОЕ КРЕДИТОВАНИЕ: не предусмотрено</p> <p>С КАКИМИ ПЛАТЕЖНЫМИ СИСТЕМАМИ ПЛАНИРУЕТСЯ РАБОТАТЬ</p> <p>MASTERCARD, VISA, НСПК</p>	<p>не менее чем 15 тыс. отделений «ПОЧТЫ РОССИИ» будут открыты клиентские центры «Почта Банка» в ближайшие три года</p> <p>> 20 тыс. общее количество банковских окон</p> <p>в остальных отделениях «ПОЧТЫ РОССИИ» (42 тыс. отделений) на базе окон возможна продажа части продуктов банка</p> <p>все 340 клиентских центров «ЛЕТО БАНКА» будут преобразованы в отделения «ПОЧТА БАНКА», закрывать их не планируется</p> <p>в 2016 году запланировано открытие не менее 6000 окон в 3500 отделений почты</p>
<p>НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ ПОЧТА БАНКА</p> <ul style="list-style-type: none"> Министр связи и массовых коммуникаций Российской Федерации Николай Никифоров Генеральный директор «Почты России» Дмитрий Страшнов Президент-председатель правления ВТБ24 Михаил Задорнов Заместитель генерального директора «Почты России» по финансовому бизнесу Владимир Салахутдинов Заместитель президента-председателя правления ВТБ Герберт Моос Заместитель президента-председателя правления ВТБ 24 Екатерина Петелина Президент-председатель правления Лето Банка Дмитрий Руденко Советник президента фонда «Сколково» по работе со стартапами, член Совета по стратегическому развитию «Почты России» Пекка Вильякайнен Член правления ВТБ 24 Александр Соколов 	<p>ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ПОЧТА БАНКА</p> <p>до 60 млн россиян пользуются сегодня финансовыми услугами «ПОЧТЫ РОССИИ»</p> <p>СРЕДИ ЭТОЙ АУДИТОРИИ МОЖНО ВЫДЕЛИТЬ КАК МИНИМУМ ТРИ ЦЕЛЕВЫХ СЕГМЕНТА</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пенсионеры, которые и сегодня обслуживаются на почте 2. Покупатели в интернет-магазинах, которым будут предложены уникальные условия 3. Молодые люди, для которых ПОЧТА БАНК может стать банком, в котором они откроют свой первый банковский счет 	<p>ПЛАНИРУЕМЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ БАНКА</p> <ul style="list-style-type: none"> 15–20 млн чел. достижение целевых параметров к 2023 году ~20 млрд руб. прибыль в год 300 млрд руб. должен превысить кредитный портфель создаваемого банка к 2023 году ~600 млрд руб. активов 32–35% CIR до выплаты инфраструктурного платежа ~500 млрд руб. должен превысить депозитный портфель к 2023 году (по оценкам ВТБ)
		<p>ПЛАНИРУЕМЫЕ ДОХОДЫ ПОЧТЫ РОССИИ</p> <p>60 млрд руб. дохода может принести ПОЧТА БАНК до 2023 года «ПОЧТЕ РОССИИ», как одному из бенефициаров проекта</p> <p>в эту сумму входят 47 млрд руб. инфраструктурного платежа и 13 млрд руб. доходов в виде дивидендов</p>

Review Почта Банк

«Мы делаем ставку на надежность и стабильность»

«Почта Банк» — совместный проект «Почты России» и группы ВТБ, созданный на базе дочернего банка ВТБ 24 — «Лето Банка». Пакет документов о создании «Почта Банка» был подписан акционерами 28 января. Группе ВТБ принадлежит 50% плюс одна акция, «Почте России» — 50% минус одна акция «Почта Банка». REVIEW встретился с главой новой кредитно-финансовой организации **Дмитрием Руденко** и попросил рассказать о целях и задачах нового банка.

— банк —

REVIEW: Расскажите, пожалуйста, о продуктах «Почта Банка». В чем он отличается от «Лето Банка», почему появилась необходимость создавать новый банк, а не, к примеру, просто сделать офисы «Лето Банка» в почтовых отделениях?

ДМИТРИЙ РУДЕНКО: «Почта Банк» пришел на смену «Лето Банку», и отличатся он будет не только названием. Это совсем другой проект.

«Лето Банк» был кредитным монолайнером, который создавался конкретно для выдачи небольших кредитов наличными, карт и POS-кредитования товаров широкого потребления: холодильников, шуб, телевизоров и пр. Почему в 2012 году появилась необходимость создавать такой банк? Чтобы занять нижне-массовый сегмент рынка. Группа ВТБ исторически сильна в верхне-массовом сегменте с банками ВТБ 24 и «Банком Москвы», а вот в нижне-массовом, особенно в специальных продуктах, представлена практически не была. «Лето Банк» появился в непростое время, на пике массового потребительского кредитования, и мы отдавали себе отчет, что впереди нас ожидает спад. Чтобы удержать позиции, предлагалось построить бизнес, используя интересные истории, инновации, которые к тому времени накопила индустрия. Это оказалось большим конкурентным преимуществом перед «монстрами рынка». Выходя на рынок, мы решили построить банк «для молодых и продвинутых», причем это касалось как потребителей, так и персонала. Банк был создан на принципах аутсорсинга, облачных сервисах. К примеру, рассмотрим процесс управления персоналом. Кадров у нас молодые, сеть распределена по всей стране, как ими управлять? Можно традиционно печатать приказы, давать видеоконференции, а можно создать социальную сеть и использовать инструмент, который понятен этой аудитории. Инновационный нестандартный подход мы использовали во всех направлениях и получили двойной положительный эффект: одновременно заняли долю в массовом сегменте и стали экспериментальной площадкой в управлении рисками, инновациях, продуктах.

«Почта Банк» — совершенно другая история. Только на первый взгляд задача похожая. Что интересно, по масштабам сети «Лето Банк», у которого POS-партнеров более 40 тыс., соизмерим с сетью «Почты России», состоящей из 42 тыс. отделений, в которой он будет работать. Схожесть еще и в том, что наша POS-сеть включает небольшой участок, где работают сотрудники банка, и большой — где кредиты предлагают сотрудники сторонних организаций. В «Почта Банке» планируется примерно такая же модель. В масштабной сети «Почты России», а мы предполагаем открыть 15 тыс. отделений только в ближайшие три года, будет гораздо меньше отделений с сотрудниками банка, в основном продажи будут осуществляться работниками почты. Навыки и механизмы управления распределенной сетью, наработанные «Лето Банком», идеально ложатся в систему работы почтового банка.



ПЕКС-СПЕЦНАЧЕ

Однако в новом банке полностью меняются продуктовая линейка, ценообразование, фактически мы переходим в другую лигу. Из банка узкосегментной направленности трансформируемся в расчетный, сервисный банк. Это не значит, что мы отказываемся от кредитования, но предложим его наряду с другими продуктами более широкой аудитории, ведь почту поощаюют все, в том числе пенсионеры, средний класс, состоятельные люди. Почтовый банк — это банк федерального масштаба, он не может позволить себе замыкаться на высокомаржинальном кредитовании. Но с точки зрения внутренней философии мы продолжим использовать социальную сеть. Используем все инновационные наработки «Лето Банка» для покрытия такой серьезной федеральной сети, как «Почта России». Мы должны стартовать легко, гармонично дополнив то продуктивное предложение, которое уже есть на почте, новыми банковскими услугами. И при этом сделать это с небольшими затратами. Мы посмотрели на опыт зарубежных банков и поняли, что лучше всего работают модели, когда банк — это просто органичное дополнение почтовых услуг.

В: Какие услуги будет оказывать «Почта Банк»? Отличаются ли они от стандартных услуг других банков?

Д. Р.: Мы начинаем с классического и тем не менее уникального продукта. Мы назвали его сберегательный счет. Открыть его можно будет во всех отделениях, где есть «Почта Банк»,

вне зависимости от формата присутствия. При открытии к нему будет привязываться неименная дебетовая карта, которой можно будет пользоваться сразу. Идея в том, что счет универсальный и объединяет в себе несколько возможностей: каждый человек найдет в этом продукте то, что ему нужно.

Этот продукт будет позволять совершать коммунальные платежи как с помощью сотрудника «Почта Банка», так и через банкомат или мобильное приложение. Уникален он тем, что в нем есть определенная градация начисления процентов. Тот, кто хочет накапливать деньги, увидит, что чем больше денег на счету, тем больше получается процент на остаток средств. Для людей, которые получают пенсию, это будет пенсионный счет. При этом для пенсионеров мы предусмотрим улучшенные тарифы. Для владельцев счетов будут ниже и проценты по кредиту! На карту можно будет получать зарплату и осуществлять все стандартные операции. И, наконец, совершенно новое предложение: если наш клиент — интернет-шопер, то при открытии счета его покупки будут защищены. Для каждого человека, совершающего интернет-покупки, которые он получает потом на почте, преимущество очевидны. Если от интернет-магазина пришел товар не того размера, цвета или вообще не то, что он заказывал, банк поможет. Мы постараемся вернуть средства, потраченные клиентом на возврат товара, на его сберегательный счет. В конце апреля запустим данную программу.

И все это дополнено мобильным банком с возможностью контролировать свои расходы и доходы. Получается универсальный продукт: текущий счет с начислением процентов, дебетовая карта и защита покупок в интернете. Причем мы предоставляем этот сервис совершенно бесплатно. Это наш базовый продукт.

В: Как физически будет работать банк? Реально ли обеспечить качественный сервис в 15 тыс. отделений?

Д. Р.: У нас будет три типа офисов. Самый простой и самый массовый формат, но с ограниченным набором услуг — офис, где работают сотрудники почты. На первом этапе они будут продавать небольшой набор продуктов — сберсчет и карту, привязанную к нему, депозиты. Если человек хочет получить кредит, то алгоритм такой: нужно оставить свои координаты, а затем сотрудник банка, который занимается выдачей кредитов, свяжется с клиентом. Второй формат чуть сложнее: в почтовом отделении будет стойка, где будет присутствовать сотрудник банка, но мы планируем использовать кассу почты, а не банкомат — этот формат мы будем еще тестировать. И, наконец, полный формат — это банковский сотрудник, работающий в отдельном окне, и возможность осуществления кассовой работы через ресайклинговый банкомат, как это сделано в «Лето Банке». Эта сеть сформирована из наших сотрудников и будет заниматься всеми банковскими продуктами. Там будет возможность получить кредит, открыть сберсчет, оформить депозит, то есть получить все услуги, которые предоставляет обычный банк.

В: Как будет строиться кадровая политика? Откуда будете брать сотрудников? Как обучать?

Д. Р.: Тут у нас несколько возможностей. «Почта России» реализует комплексную программу обучения сотрудников почтовых отделений, включающую в себя в том числе обучение финансовым продуктам, а также навыкам обслуживания клиентов в счетом спецификой оказания этих услуг. Данная программа дополняется обучением по продаже банковских продуктов. Также у нас есть собственный учебный центр, который разрабатывает материалы по продуктам и технологиям «Почта Банка», развернута масштабная веб-площадка для обучения. И, надо отметить, наш продукт довольно простой. Когда сотрудник откроет себе счет, а он должен будет это сделать, потому что комиссию за продажу банковских услуг он будет получать на него, то он на практике освоит весь функционал. Модель работы банка через почтового сотрудника хороша тем, что эта точка оказания услуг может быстро стартовать.

В: Как вы будете информировать потенциальных клиентов о таких возможностях?

Д. Р.: Разумеется, будет рекламная кампания, в том числе телевизионная. Мы будем продвигать новый бренд «Почта Банк» ассоциируясь с государственным благодаря своим акционерам — известным брендам «Почты России» и группы ВТБ, и продвигать бренд мы рассчитываем, делая ставку на надежность и стабильность, что важно для наших клиентов.

Беседовала Оксана Руденская

«В лице группы ВТБ мы нашли очень профессионального и мотивированного партнера»

— почта —

«Почта Банк» организован на партнерских основаниях «Почтой России» и группой ВТБ. О том, как формируются партнерские отношения, и об их перспективах рассказывает заместитель генерального директора ФГУП «Почта России» ВЛАДИМИР САЛАХУТДИНОВ.

REVIEW: «Почта Банк» создан. Каким образом «Почте России» удалось это сделать, несмотря на 15-летний опыт неудачных попыток?

ВЛАДИМИР САЛАХУТДИНОВ: Зарубежный опыт показывает, что в современных условиях для почты, содержащей широкую сеть отделений, есть два основных пути развития. Первый — субсидируемый государством почтовый оператор, сфокусированный на почтовых и почтовых сервисах и не получающий значительного дохода от финансовых услуг. Второй — самокупаемая организация, существенную часть доходов которой составляют финансовые услуги. Во втором случае для сохранения присутствия в финансовом сегменте почте необходимо предложить полный спектр финансовых продуктов и услуг. Для этого, в свою очередь, необходима банковская лицензия. Поскольку утвержденная в конце 2014 года стратегия «Почты России» не предполагала государственного субсидирования, был предопределен именно второй сценарий развития, предполагающий создание почтового банка.

Перед менеджментом предприятия была поставлена такая задача, а также установлен срок ее реализации: банковские операции необходимо было начать не позднее второго квартала 2016 года. Нужно ли говорить о том, что как для меня самого, так и для многих членов команды блока финансовых услуг решение этой задачи стало одним из ключевых мотивационных факторов прихода на «Почту России». Мы внимательно изучили все предыдущие неудачные попытки создания почтового банка как самостоятельного, так и в партнерстве с другими кредитными организациями и выработали подход, который в итоге позволил успешно решить задачу.



ФОТО: ПОЧТА РОССИИ

В: А почему в итоге был выбран вариант партнерства, а в качестве партнера — группа ВТБ?

В. С.: Вариант партнерства изначально рассматривался как один из допустимых. Окончательное решение было принято после детального анализа всех возможных вариантов с учетом экономической, операционной составляющей. Партнерский проект характеризовался более короткими сроками развертывания, более быстрым выходом на окупаемость и меньшими рисками для почты, которая хоть и присутствовала в сегменте финансовых услуг более 200 лет, но не обладала достаточными ресурсами и экспертизой для быстрого старта масштабного банковского проекта. В лице группы ВТБ мы нашли очень профессионального и мотивированного партнера по проекту. Альянс «Почты России» и группы ВТБ обладает всеми необходимыми составляющими для успеха «Почта Банка».

В: Почему создание специализированного банка оказалось предпочтительнее, чем продажа через сеть почтовых отделений продуктов и услуг уже существующих кредитных организаций?

В. С.: В прошлом «Почта России» пыталась двигаться по этому пути. В какой-то момент (четыре-пять лет назад) в почтовых отделениях можно было приобрести продукты более десяти банков. Однако анализ этого подхода привел к неутешительным результатам. Будущее финансово-банковского сегмента — в монетизации отношений с клиентом, в то время как трансакционные доходы как самостоятельная статья будут играть все меньшую роль. В модели агентских продаж почта могла выполнить только идиозовременную функцию привлечения клиента, а также обеспечить трансакционное обслуживание, в то время как сами отношения с клиентом переходили к банку. Расчеты показали, что при любой модели такого сотрудничества в долгосрочной перспективе мы получили бы отрицательный результат. Соответственно, было принято решение прекратить агентские продажи банковских продуктов. Как и ожидалось, это стало одной из причин роста доходов «Почты России» от финансовых услуг во второй половине 2014 года и в 2015 году, поскольку мы сфокусировали сеть на ее ключевой экспертизе — платежах, переводах и выплатах пенсий.

В: Как повлияет появление «Почта Банка» на качество работы почтовых отделений?

В. С.: Повышение качества обслуживания клиентов в почтовых отделениях является одним из стратегических приоритетов предприятия. Учитывая масштаб и состояние почтовой сети, это сверхзадача, для решения которой за последние два года сделано очень многое. Существенные изменения происходят во всем, что касается работы отделений, в том числе в технологиях, в бизнес-процессах и в системе мотивации персонала. Рано говорить о том, что эта задача решена, однако есть все больше подтверждений того, что мы движемся в правильном направлении. К таковым можно отнести результаты независимых исследований удовлетворенности клиентов, а также объективные показатели исполнения почтой нормативов по качеству и соблюдению сроков доставки. Но основным индикатором роста качества работы «Почты России» является рост ее доходов в сегментах, где

мы работаем в условиях жесткой конкуренции. У клиентов есть выбор, и они выбирают почту.

Появление «Почта Банка» станет еще одним важным шагом на пути превращения почты в эффективную клиентоориентированную структуру. У группы ВТБ есть много эффективных решений, связанных с повышением качества обслуживания. Теперь эта экспертиза будет доступна и для «Почты России».

В. С.: В первую очередь мы ориентируемся на техническую возможность и экономическую целесообразность. Как таковые банковские офисы будут открываться в крупных отделениях, где есть возможность их разместить. Их у нас порядка 4–5 тыс. В основной же части отделений, где сегодня есть одно или два окна для обслуживания клиентов, банковские продукты будут продаваться через универсальное почтовое окно. В перспективе открыть счет, разместить вклад и подать заявку на кредит можно будет в любом отделении «Почты России».

В: Какими вы видите перспективы развития «Почта Банка»?

В. С.: «Почта Банк» — это долгосрочный проект двух крупных государственных организаций, который будет развиваться в соответствии с целями и задачами, поставленными акционерами. В настоящий момент мы работаем над стратегией его развития, которая уточнит и конкретизирует цели проекта, определив его будущее на ближайшие пять лет. При этом «Почта Банк» будет неотъемлемой частью стратегий развития «Почты России» и группы ВТБ. Для почты он станет источником финансирования трансформации предприятия, одним из центров инновационного развития и катализатором роста других направлений бизнеса за счет создания комплексных продуктов, включающих банковскую и почтовую составляющую. В первую очередь такие решения будут предложены участникам рынка электронной коммерции и пенсионерам.

В: Для достижения всех перечисленных целей «Почта Банк» в будущем должен стать одним из лидеров розничного банковского рынка.

Беседовал Василий Семин

прямая
речь

А вы на почту
в банк пойдете?

Павел Медведев,

финансовый омбудсмен:

— Была бы необходимость — пошел бы, но пока ее у меня нет, и, как мне кажется, ее нет сейчас у абсолютного большинства жителей Москвы. Сегодня у них под боком, в шаговой доступности, уже есть много и давно довольно успешно работающих банковских учреждений. Появление «Почта Банка» актуально для тех, кто живет далеко от крупных городов, где иногда нет даже отделений Сбербанка. В моей практике есть драматическая история человека, который заболел и не может добраться до банка, находящегося на расстоянии более 100 км от его места жительства.

Михаил Шляпников, фермер:

— Конечно, пойду. Это здорово, если на почте будет минимальный набор банковских услуг. Само по себе кредитование мне не интересно. Но некоторые платежи почта сейчас не принимает — приходится брать квитанции, ехать в банк на другой конец поселка, оплачивать, а затем возвращаться обратно. Банк на базе почтового отделения будет значительно экономить наше время. И платежи за разного рода услуги будут приходить быстрее и надежнее.

Руслан Гаттаров,

заместитель губернатора

Челябинской области:

— А почему нет? Это хорошая и правильная идея, на мой взгляд. «Почта России» сильно меняется в лучшую сторону. Впервые за много лет она начала приносить достаточно хорошую прибыль. И не стоит останавливаться, нужно развивать ее дальше. Открытие банковских филиалов на базе почтовых отделений только поспособствует этому. ВТБ — хороший банк. Граждане смогут использовать его не только по прямому назначению, то есть кредитные платежи, но и для оплаты бытовых вещей, например услуг ЖКХ и других государственных услуг. Это делает «Почту России» более конкурентной, а предоставляемые услуги — более качественными.

Ирина Григорьева,

аналитик национального

рейтингового агентства:

— Получение в одном и том же месте не только почтовых, но и банковских услуг будет удобно для постоянной клиентуры «Почты России». Что касается набора продуктов, то базовых банковских услуг — текущие и депозитные счета, банковские карты, платежи и переводы, потребительское кредитование — с учетом профиля потенциальных клиентов «Почта Банка», существенную долю которых составляют пенсионеры, будет вполне достаточно. Значительная часть населения России не являются пользователями банковских услуг, и к данной группе в том числе относится клиентура почты, поэтому у банка есть возможность привлечения средств, которые находятся в наличном обороте у населения, и наращивания депозитной базы. А текущая экономическая ситуация, которая отразилась на сокращении доходов населения, позволяет говорить о хороших перспективах развития кредитных продуктов, особенно в тех сегментах, на которые ориентирован банк, — массовом и нижнемассовом.

Антон Емельянов, генеральный

директор АО «Единая электронная

торговая площадка»:

— Я пойду, если там будут объединены услуги по выбору, оплате и доставке товаров из сети. Повсеместное проникновение интернет-технологий и мобильных устройств кардинально трансформирует модели банковского дела. Эта тенденция видна как в России, так и за рубежом. Тем не менее это не означает, что в ближайшем будущем все банковский бизнес «уйдет в онлайн». С одной стороны, существуют операции с наличными деньгами, а с другой — электронная коммерция, где имеет место логистика реальных товаров. В конечном итоге продавцы все равно не обойдутся без точки офлайн-контакта со своими клиентами. Именно поэтому реализация такого проекта может стать ярким и удачным примером создания специализированного банка с крайне широкой операционной сетью. Он может стать популярным как среди людей старшего возраста, которым более комфортно лично посещать банк и пользоваться наличными деньгами, так и среди молодежи, которая уже сейчас приобретает не менее 20% товаров через интернет. Такой симбиоз почты и банка станет мощнейшей платформой по продвижению банковских услуг в зоне потребительской интернет-коммерции.

Review Почта Банк

Наследники новых идей

«Почта Банк» на сегодня самый молодой банк в России. Соглашение между ВТБ 24 и «Почтой России» было подписано в конце января, в марте банк начал открывать первые точки оказания услуг. Массовый запуск банка запланирован во втором квартале. Молодой банк амбициозен, продвинул и... опытен. Он прямой наследник «Лето Банка», входящего в группу ВТБ и заслуженно получившего за несколько лет работы известность банка новой волны. Прочность в глазах потребителей новому банку придают опыт и репутация второго создателя — «Почты России», федеральной сети с максимальным охватом аудитории.

— инновации —

Все функции вместе

Сочетание федерального охвата и инновационности «Лето Банка» обещает дать интересный результат. Причем от каждого партнера («Почта Банк» хочет взять самое интересное и актуальное.

«Почта России», в отделениях которой появятся окна «Почта Банка», обеспечит территориальную близость банка большинству жителей России: почтовые отделения доступны даже в самых отдаленных географических точках страны.

Инновационной с точки зрения союза почты и банка является многофункциональность. Теперь в одном месте можно получить посылку, оплатить квитанции, сделать перевод, взять кредит или оформить вклад и банковскую карту. «Почта Банк» готов взять на себя и решение части ежедневных задач: оплату коммунальных услуг, денежные переводы и т.д.

В разных отделениях почты «Почта Банк» будет представлен в разных форматах. В самом «простом» и самом распространенном варианте банковские продукты будут продавать сотрудники почтового отделения. Их «банковские возможности» будут ограничены открытием текущего счета и депозита. Во втором и третьем видах отделений будут работать уже банковские работники, соответственно, будет шире и линейка представленных банковских продуктов: от кредитов до обслуживания с помощью банкоматов.

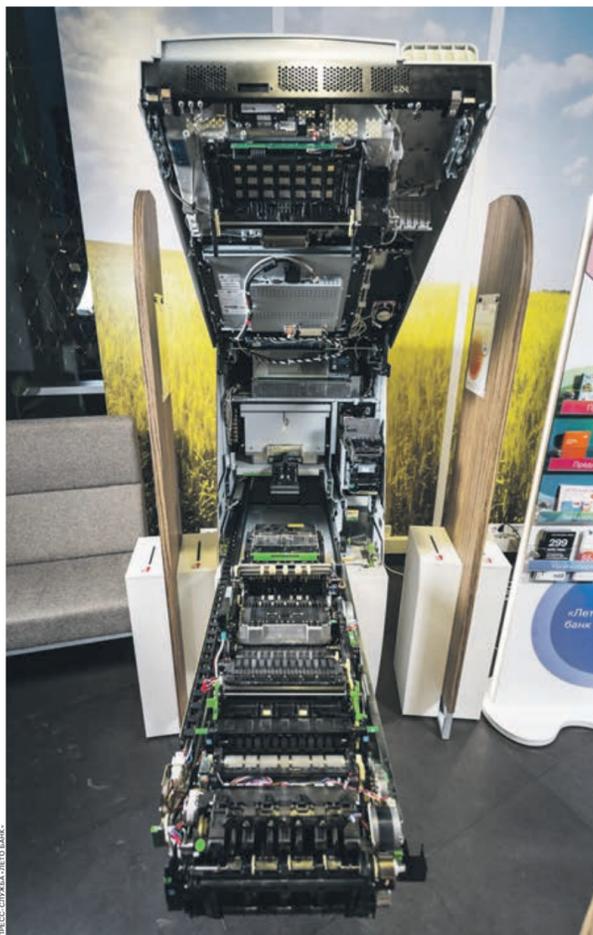
Замкнутый оборот

Обычные с виду банкоматы нового банка далеко не так просты. От своего предшественника «Лето Банка» «Почта Банк» перенял самые передовые банковские разработки. В 2015 году «Лето Банк» первым в России оснастил свою банкоматную сеть устройствами с функцией Cash Recycling. Теперь наличные, внесенные одними клиентами, не накапливаются внутри банкомата, а выдаются другим клиентам банка. Такие же устройства будут установлены в отделениях «Почта Банка», формат которых предусматривает размещение банкомата.

Банкоматы с функцией замкнутого оборота наличных (cash-recycling) — инновация, тестирование которой «Лето Банк» начал три года назад и ни разу не пожалел. Самая большая статья расходов в годовом бюджете банка приходилась на инкассацию, поэтому «Лето Банк», как банк-лоукостер, принял решение сэкономить на ней. Внедрение замкнутого оборота наличных позволило снизить расходы на инкассацию банкоматов более чем на 30%, даже несмотря на то что парк устройств самообслуживания был полностью обновлен.

Истинное лицо

Следующее инновационное ноу-хау, доставшееся «Почта Банку» от «Лето Банка», — биометрическое распознавание лиц. «Лето Банк» внедрил технологию биометрического распознавания лиц от компании VisionLabs в 2015 году для противодействия мо-



Банкоматы «Почта Банка» готовы к работе в замкнутом цикле

шенничеству одним из первых на рынке. Эта разработка обеспечивает сравнение биометрических параметров лиц новых клиентов банка с базой фотографий действующих клиентов, а также с базой мошенников в автоматическом режиме. Это позволяет предотвращать оформление кредита по украденному или поддельному паспорту.

Полный цикл проверки клиента занимает всего несколько секунд. Сегодня вся сеть продаж банка использует технологию биометрического распознавания лиц — все POS-точки, стойки продаж и отделения

оборудованы веб-камерами, а фотографирование клиента является обязательным. За счет предотвращения мошеннических действий система окупилась себя менее чем за полгода. Все новые точки оказания услуг «Почта Банка» будут оснащены данной технологией.

Персонально ваш

Работать сотрудникам банка будет помогать и технология real-time marketing. Эта технология, уже протестированная в период работы «Лето Банка», доказала свою полезность и эффективность. Ее использование позволит «Почта Банку» сформировать новый подход к обслуживанию клиентов. В режиме реально-

го времени им будут предлагаться персонально подобранные банковские продукты, соответствующие их риск-профилю и поведенческим характеристикам.

Новый подход к обслуживанию реализуется на базе аналитической системы SAS Real-Time Decision Manager. Она комплексно определяет причину обращения клиента в банк и формирует портрет потенциального заемщика, который учитывает в том числе его кредитную историю, платежное поведение, информацию из профилей в социальных сетях и другие сведения. Обработка данных и выдача оператору рекомендаций о том, какие еще продукты можно предложить клиенту, будет происходить непосредственно в процессе их взаимодействия. Это позволит повысить таргетированность предлагаемых клиенту продуктов.

Конечно, инновационным являются и сами предлагаемые продукты. Так, на остаток счета на дебетовой карте по итогам определенного периода будут начисляться проценты, а пенсионеры, открывшие счет в «Почта Банке», смогут получить кредит по льготной ставке. Но самым интересным станет специальный продукт для любителей покупок через интернет. Тут союз банка и почты особенно приятен: интернет-покупатели, имеющие счет в «Почта Банке», смогут не только оплатить покупки, но и получить обратно стоимость товара и доставки в случае возврата товара.

И, конечно, у «Почта Банка» будет мобильный банк и онлайн-банк. Причем ожидается, что постепенно большинство клиентов будут пользоваться почти всеми банковскими услугами только дистанционно.

Каждому по компетенции

Не обошли стороной инновации и систему управления банком. Как «Лето Банк», «Почта Банк» будет работать на принципах глобальной аутсорсинговой модели. Наиболее обширно она применяется в области IT, общая доля аутсорсинга в котированном достигает 80%.

Большая часть IT-сервисов в «Лето Банке» отдана на аутсорсинг компании «Инфосистемы Джет», которая выполняет работы, связанные с инфраструктурными процессами. «Почта Банк» продолжит работать с этим системным интегратором, у которого

банк арендует серверные мощности, услуги по их сопровождению, первую линию техподдержки пользователей, а также сервисы по поддержке рабочих мест региональной сети.

При этом, несмотря на активное использование аутсорсинга, внутри банка созданы собственные центры компетенций. Они определяют основные направления развития систем и инфраструктуры, осуществляют приемку работ и оценку качества сервисов, уровня выполнения соответствующих SLA (соглашений об уровне услуг).

Доверяй и управляй

Еще одно ноу-хау — создание прозрачной системы мотивации для работников сети. Управление бонусами, которые получают сотрудники банка, было автоматизировано еще в 2014 году, что дало прекрасные результаты с точки зрения мотивации работников.

Каждое утро, приходя на свое рабочее место и включая компьютер, сотрудники сети видят на экране два спидометра, бонус-метр и бизнес-метр. Бонус-метр показывает, какую сумму бонуса сотрудник заработал в настоящий момент и как она коррелирует с бонусом лучшего сотрудника сети, а бизнес-метр показывает результат работы с точки зрения выполнения общего плана продаж.

Система анализирует динамику текущего бонуса сотрудников и формирует прогноз на конец отчетного периода. Такая визуализация уникальна для банковского ритейла и позволяет сотруднику соревноваться не только с собой вчерашним, но и с коллегами.

Инновационной является и собственная социальная сеть банка Letobook. Она стала универсальной площадкой для общения, объединившей сотрудников головного офиса, клиентских центров, стоков продаж и POS-точек по всей стране. Она позволяет обмениваться опытом, обсуждать рабочие моменты и личные темы. Популярность социальной сети демонстрируют цифры: Letobook охватывает 97% сотрудников банка. Из них регулярно размещают комментарии и ставят лайки 70%, создают публикации и опросы — 30%. Высокая степень вовлеченности работников позволяет сплотить и объединить широкую региональную сеть банка.

Лидия Мельникова

Линейка почтовых продуктов

— кредиты и депозиты —

«Мы утвердили бизнес-план нового банка, согласно которому по итогам года планируем выйти на прибыль. Таким образом, мы выполним желание наших акционеров — группы ВТБ и «Почты России» — о выходе на безубыточность по итогам первого года операционной деятельности», — подчеркнул президент — председатель правления «Лето Банка» Дмитрий Руденко.

Реализовывать амбициозные планы по привлечению средств, темпам кредитования и прибыльности «Почта Банк» будет, предлагая своим клиентам платежные сервисы, депозитные продукты, кредиты наличными, кредитные карты, «коробочные» продукты. По предположениям «Почта Банка» численность его потенциальных клиентов превышает 100 млн человек. В их числе экономически активные люди, включая интернет-покупателей, сотрудников «Почты России», зарплатных клиентов других банков, а также пенсионеров.

К моменту запуска «Почта Банка» продуктовой линейка была обновлена, в арсенале банка появились новые продукты. При этом банк сохранил базовый принцип простоты и доступности для клиента. В продуктовой линейке небольшое количество предложений, условия по каждому из них прозрачны и не содержат скрытых комиссий.

Накопить и потратить

Основу продуктовой линейки «Почта Банка» составит сберегательный счет, с которого, по сути, будет начинаться обслуживание каждого клиента. К счету будет выпускаться неименная карта Visa Classic, оформляемая бесплатно в момент открытия счета. Она оснащена микрочипом, поэтому даже при утере или краже карты ее практически невозможно взломать и получить доступ к счету. Клиент получает один инструмент для реализации самых разных задач: он может использовать счет как для оплаты товаров, в том числе в интернете, так и для сбережения средств, — отмечает вице-президент, директор по развитию розничного бизнеса «Лето Банка» Григорий Бабаджания. — Карта с высокой степенью защиты будет выпускаться максимально быстро: клиент сможет воспользоваться ею уже в день обращения в банк.

У счета нет ограничений по максимальной сумме сбережений. Его можно использовать для получения заработной платы, пенсии, пособий и других платежей. На остаток средств будут начисляться проценты в зависимости от размера сберегаемой в течение календарного месяца суммы — от



Главный принцип «Почта Банка» — простота и доступность для клиента

3,5% до 7% годовых. Это дает клиентам «Почта Банка» возможность получения дополнительного дохода без открытия дополнительных продуктов (депозитов или накопительных счетов). Сберсчет универсален: он объединяет удобство текущего счета, надежность вклада и высокий процент накопительного счета.

Клиенты банка получат доступ к широкой сети банкоматов группы ВТБ для снятия наличных — «Почта Банка», ВТБ 24, «Банка Москвы». При оплате картой покупок за рубежом или в иностранных интернет-магазинах банк автоматически конвертирует средства в нужную валюту. С помощью мобильного банка клиенты смогут удаленно оплачивать со сберегательного счета коммунальные услуги, связь, интернет, а также совершать переводы. SMS-уведомления позволят оперативно узнавать о поступлении и списании средств, операциях по карте и другую информацию.

Помимо сберегательного счета, который может использоваться для покупок и платежей, «Почта Банк» будет также предлагать клиентам классические депозиты. Линейка депозитов представлена двумя продуктами: разместить средства в банке можно на 6 или 12 месяцев с автоматической пролонгацией.

На почту за кредитом

К запуску «Почта Банка» была серьезно обновлена действующая линейка кредитов «Лето

Банка». Клиентские аудитории обоих банков во многом схожи, это позволило «Почта Банку» предложить новым клиентам текущую кредитную линейку, предварительно адаптировав ее условия под стандарты крупного банка с государственным участием.

У «Почта Банка» появятся новые категории клиентов, которым мы готовы предложить максимально выгодные условия, — поясняет Григорий Бабаджания. — Пенсионеры, которые будут получать пенсию в «Почта Банке», интернет-покупатели, зарплатные клиенты. Мы также работаем над специальным продуктом для интернет-покупателей.

Чтобы обеспечить соответствие потребностям всех категорий клиентов, ставки по линейке были снижены в целом на 9,7–15%. «Кредиты стали более доступными, минимальная ставка теперь составляет 19,9%, а при выполнении условий услуги «Гарантированная ставка» кредит будет пересчитан по ставке 16,9% годовых», — продолжает Григорий Бабаджания.

Для того чтобы получить заявленную ставку, клиенту достаточно просто погасить кредит без просрочки платежей и досрочных погашений. Действующие в банке услуги «Меняю дату платежа» и «Уменьшая платеж» станут для клиентов «Почта Банка» бесплатными.

Кредитная линейка «Почта Банка» предполагает универсальные условия кредитования: сумма кредита — от 50 тыс. до 500 тыс. руб., диапазон ставок — 19,9–29,6% годовых, срок погашения кредита — до 60 месяцев.

Исключения составляют кредиты для льготных категорий клиентов — участни-

ков зарплатного проекта и пенсионеров, получающих пенсию в «Почта Банке». Для них минимальная ставка составляет 16,9%. Кредитный лимит для пенсионеров — 150 тыс. руб., а срок кредита ограничен 36 месяцами.

Основное отличие новой кредитной линейки, в том числе и от предложений конкурентов, — выдача кредита на сберегательный счет клиента, открытый в «Почта Банке». Такой механизм предусмотрен для всех кредитов наличными. Клиенту будет выдаваться одна карта, которая прикреплена к сберегательному счету, — поясняет Григорий Бабаджания. — Сумма кредита будет перечисляться в момент его оформления на сберсчет, и клиент сразу же может ей воспользоваться. При этом ему будут доступны все возможности сберегательного счета: платежи, проценты на остаток, интернет банк и мобильное приложение. Основная задача — предоставить клиенту удобный расчетный продукт одновременно с оформлением кредита.

Ставки на карту

Линейка кредитных карт «Почта Банка» также создавалась с учетом необходимости удовлетворения потребностей самых широких категорий клиентов. Особое внимание при адаптации линейки карточек уделялось анализу потребительских предпочтений в регионах. Банк будет предлагать клиентам два основных вида кредитов — беспроцентную карту с безопасным лимитом и классическую револьверную карту с увеличенным льготным периодом.

Первый шаг на пути к новой линейке кредитных карт «Почта Банка» был сделан уже 1 марта с запуском продаж новой карты «Элемент-120». «Создавая продукт «Элемент-120», мы ориентировались на удовлетворение широкого спектра потребностей клиентов: это и финансирование крупных покупок, и ежедневные небольшие траты, и покупки в интернет-магазинах, и необходимость в кредите «до зарплаты», — уточняет Григорий Бабаджания. — Решено было серьезно увеличить кредитный лимит и льготный период по карте, а также снизить ставку.

По карте «Элемент-120» установлен уникальный для российского рынка возобновляемый период, в течение которого ставка равна 0%, — 120 дней, который распространяется на все покупки. Ставка по карте была снижена до 27,9% годовых, кредитный лимит вырос в три раза — со 100 тыс. до 300 тыс. руб., обслуживание в течение первого года является бесплатным.

Второй основной продукт в линейке карт «Почта Банка» — беспроцентная расчетная карта «Почтовый экспресс» с лимитом от

5 тыс. до 15 тыс. руб. Это карта для ежедневных покупок и платежей. Она рассчитана на клиентов в возрасте 25–40 лет с уровнем дохода 20–40 тыс. руб. Процентная ставка равна нулю, если клиент оперативно гасит основную задолженность в полном объеме.

В качестве дополнительной опции по карте может быть установлено погашение задолженности не одновременно, а минимальными платежами. Правда, в этом случае будет ежемесячно взиматься комиссия в размере 300–500 руб.

Не только кредиты

Клиентам «Почта Банка» будут доступны также не кредитные — так называемые «коробочные» продукты, которые развивал «Лето Банк». Речь идет о страховании, услугах кредитных бюро, юридической поддержке, а также программе «Подари лес другу!».

В офисах банка можно приобрести полисы по всем основным видам страхования: страхование недвижимости и гражданской ответственности, страхование от несчастного случая, а также от потери работы. Также в линейке «коробочных» вариантов страхования «Почта Банка» — «легкий» ДМС. При проблемах со здоровьем клиента банка вылетят в хорошей коммерческой клинике. Стоимость страхового сертификата — 1 тыс. руб. Продукты разработаны страховыми компаниями «ВТБ Страхование» и «Кардиф».

Другое направление развития партнерских продуктов — работа с кредитными бюро. Процедура самостоятельного получения клиентом информации о его кредитной истории носит длительный характер. Банк помогает решить эту проблему. Клиент может узнать свою кредитную историю и понять, может ли он рассчитывать на получение значимой для него суммы кредита или узнать, все ли отправленные клиентом платежи по кредиту дошли до банка. Сейчас у банка есть партнерские соглашения с крупными бюро — НБКИ, «Эвифакс» и КБ БРС.

Еще один партнерский продукт банка не связан напрямую с финансами — это услуга «Юрист 24». Клиент приобретает сертификат на круглосуточную юридическую поддержку по всем отраслям права. Клиенту могут быть предоставлены телефонные и письменные консультации, профессиональный юрист может провести телефонные переговоры за клиента. По этому направлению партнер банка — ООО «Европейская юридическая служба». Компания обладает богатым международным опытом, имеет представительства в четырех странах — в России, на Украине, в Казахстане и Польше.

Елена Пашутинская

Review Почта Банк

Лесная былль

Через несколько лет проблема восстановления лесов в России будет решена. Сделать это удастся благодаря экопрограмме «Лето Банка», а в дальнейшем — «Почта Банка» по посадке деревьев. На сегодняшний день клиенты банка уже посадили около 500 тыс. деревьев. В банке надеются, что к концу текущего года цифра увеличится до 1 млн. Следить за обновлением счетчика можно на сайте банка <http://www.letobank.ru/posadiderevo>.

— **цензатство** —

Новый лес в три «клика»

«Понимая важность заботы об окружающем мире, люди зачастую не знают, как именно они могут помочь природе. „Лето Банк“ дал возможность каждому внести свой личный вклад в озеленение планеты, не меняя при этом привычный образ жизни, — заявил президент — председатель правления „Лето Банка“ Дмитрий Руденко. — Это действительно инновационный подход. Мы предлагаем три способа, чтобы помочь экосистеме: посадить деревья можно через наш сайт, банкомат или используя карту Visa „Зеленый мир“».

Интересно заметить, что необычной для банка экологической программой уже успели заинтересоваться в Минприроды. Более того, на презентации проекта министр природных ресурсов и экологии России Сергей Донской сказал, что лесовосстановление в рамках экопрограммы «Лето Банка» на территории национальных парков и заповедников станет одной из первых программ, которая войдет в национальную платформу «Бизнес и сохранение ландшафтного и биологического разнообразия». Создание такой платформы в России позволит сформировать механизм внедрения в корпоративную практику программ по сохранению биологического и ландшафтного разнообразия, обмена опытом, выбора приоритетных и актуальных проектов, координации с государственными органами и научным сообществом.

Восстанавливая леса дистанционно стало возможным благодаря интернет-сервису «Маракуйя». Проект стартовал в декабре 2014 года. С тех пор любой желающий буквально в три клика может поучаствовать в восстановлении погибших и поврежденных лесов.

«С „Лето Банком“ мы познакомились благодаря нашей известности, появившейся после того, как через наш сервис посадили лес президент Владимир Путин, — рассказывает основатель „Маракуйя“ Александр Платонов. — О нас тогда написали многие СМИ, и так меня нашел мой старый знакомый, который, как оказалось, работал в „Лето Банке“. Он сказал, что наш бренд может идеально подойти „Лето Банку“, который в своей работе традиционно ориентируется на всякие интересные проекты, связанные с новыми технологиями».

Действительно, «Маракуйя» на сегодняшний день является единственной в мире интернет-платформой, позволяющей в режиме онлайн заниматься лесопосадками. Фактически «Маракуйя» связывает между собой всех участников процесса: благотворителей, желающих помочь в восстановлении лесов, и непосредственно лесничих, работающих в национальных парках. На интерактивной карте «Маракуйя» обозначены проблемные лесные участки, нуждающиеся в вос-



Любой человек может дистанционно посадить дерево или даже целую рощу

становлению. «Мы придумали как наносить сетку на космические снимки, показывать лису дыру в лесу, делить все это на лоты, чтобы люди могли выбирать, где они хотят посадить лес, — рассказывает Александр Платонов. — До нас этого никто не делал. Мы все пользуемся карточными сервисами, видим свои дороги и дома из космоса. Но никто никогда не видел, как выглядит погибший лес. Никто этого не проверял». По словам Александра Платонова, в итоге платформа получилась настолько удачной, что сегодня российским продуктом уже заинтересовались в Канаде — стране, являющейся одним из мировых лидеров в лесной индустрии.

Одним из очевидных достоинств данного сервиса для потребителя является простота его использования. Открыл карту, выбрал участок, внес оплату.

Впрочем, не исключено, что «Маракуйя» широкая общественность так никогда бы и не узнала — мало ли появляется хороших, интересных стартапов, если бы партнером сервиса не стал «Лето Банк». «С „Лето Банком“ количество клиентов на нашем сервисе выросло в два-три раза. Буквально за несколько месяцев мы посадили более 250 тыс. деревьев. А это уже глобальное лесовосстановление, которое заметно. Люди поняли, что благодаря нашему современному механизму посадить лес очень просто. Думаю, что в ближайшие пять-семь лет проблема лесовосстановления будет полностью решена», — констатирует Александр Платонов.

Деревья в подарок

Сегодня интерактивная карта «Маракуйя» интегрирована в официальный сайт «Лето Банка». Каждый желающий может выбрать участок на территории национальных парков России, нуждающийся в восстановлении, обозначить количество деревьев, которое он хочет купить, и оплатить свою покупку. Минимально возможная покупка — десять деревьев за 1 тыс. руб.

После оплаты владельцам леса на почту отправляют именнные сертификаты. В этом документе указываются и точные географические координаты посаженных деревьев, так что при желании в любой момент можно даже приехать и полюбоваться своим лесом.

В течение пяти лет со дня покупки владельца леса будут во всех подробностях информировать о росте саженцев. Пять лет — этот тот срок, за который маленькие саженцы вырастут во взрослые деревья и уже не будут нуждаться в специальном уходе.

Что интересно, вся информация о судьбе саженцев поступает непосредственно от лесничих, которые и ухаживают за лесом. Более того, на специальной интернет-странице лесничих (администрации особо охраняемых природных территорий, таких как национальные парки) выкладывают фотографии участков, выкладывая образцы оповещающих людей, выступивших в качестве благотворителей, о самочувствии саженцев. Именно лесничие и определяют участки, подлежащие восстановлению, закупают саженцы и готовят почву.

Кстати, купить лес можно не только для себя. Лес, утверждают разработчики экопрограммы, — это еще и хороший подарок другу, родным или партнером по бизнесу. «Подари лес другу!» — именно под таким слоганом в «Лето Банке» продвигают свою экопрограмму. «Перед банком встала задача, как продвигать этот сервис, потому что на первый взгляд банк и деревья — вещи несомлимые, — рассказывает в пресс-службе «Лето Банка». — Было решено, что посадка деревьев может стать отличным подарком на любой праздник: Новый год, День защитника Отечества, Международный женский день. Так родилась акция „Подари лес другу!“».

Сегодня на платформе «Маракуйя» подключены уже 14 национальных парков. Среди них — «Мещера», «Смоленское поозерье», «Угра», «Хвалынский», «Бузулукский бор», «Куршская коса», «Орловское полесье», «Марий Чодра», «Таганай», Тункинский национальный парк и другие. «Этот проект является уникальным в своем

роде, ибо позволяет вовлекать в природоохранную деятельность людей всех возрастов и профессий», — отмечает директор национального парка «Угра» Виктор Гришенков.

В «Лето Банке» рассчитывают, что участниками экопрограммы станут все 40 российских национальных парков.

За все время существования проекта уже удалось восстановить лес в парках «Куршская коса» и «Мещера». Кстати, именно в «Мещере» более 6 тыс. деревьев через сервис «Маракуйя» посадили президент Владимир Путин.

Не только деньги

Акция «Подари лес другу!» имела такой успех, что вскоре в «Лето Банке» появилось продолжение этой программы. В сентябре прошлого года банк начал выпуск карт «Зеленый мир». Клиентам предоставляется право выбора: оформить обычную дебетовую карточку или карту с кредитным лимитом. А для студентов действует специальная цена за обслуживание — 100 руб. в год. При этом «Зеленый мир» — это карта премиум-сегмента, Visa Platinum, предоставляющая клиентам как стандартный набор услуг, так и возможности премиум-обслуживания.

Держателям карт «Зеленый мир» для участия в программе по восстановлению лесов делать вообще ничего не надо. Достаточно просто пользоваться картой в обычном режиме. За каждые потраченные с карты полные 3 тыс. руб. финансируется посадка одного дерева в национальном парке России. Причем клиент, так же, как и в случае покупки леса через сайт, высылают специальный именной сертификат. «Наш основной посыл заключается в том, что клиент, не изменяя своих повседневных привычек, становится участником проекта по восстановлению национального лесного парка, — говорит руководитель дирекции по управлению продуктами «Лето Банка» Дмитрий Курганов. — Мы сделали этот продукт, рассчитывая привлечь новую категорию клиентов — тех, кому в целом интересна экологическая тематика, к тому же 2017 год объявлен годом особо охраняемых природных территорий».

Посадить лес можно и через банкоматы «Лето Банка», причем для этого вовсе не обязательно быть клиентом банка. Оплатить покупку саженцев можно по карте любого банка.

По словам создателей экопрограммы, люди с большой охотой откликаются на призыв восстановить леса. «Поначалу никто не верил, что программа может быть успешной. Но оказалось, что наши граждане очень ответственные и им важна природа, — говорит Александр Платонов. — Просто людям важно, чтобы они видели, куда конкретно идет их помощь, и чтобы они не просто на интернет-кошелек что-то куда-то перечисляли. Наш сервис как раз позволяет увидеть весь процесс».

Кира Деливорна

Перезагрузка потребкредитования

— **рыночная ситуация** —

Пляски вокруг ставки

Сегодня основная проблема рынка потребительского кредитования заключается в том, что банки не имеют возможности повышать ставки по кредитам адекватно росту рисков, поскольку ограничены размером максимальной полной стоимости кредита (ПСК), которую определяет Центробанк. ПСК рассчитывается как средневзвешенная ставка 100 крупнейших банков в различных сегментах потребительского кредитования, увеличенная на треть.

Участники рынка активно протестовали против объединения в одну группу кредитов для сотрудников корпоративных клиентов и клиентов «с улицы». Условия для них у банков, как правило, существенно отличаются в пользу «своих». Руководители 11 кредитных организаций (Альфа-банка, Ситибанка, ТКС-банка, «Ренессанс Кредита», Святого банка, «Хоум Кредита», «Открытия», «Русского стандарта», ОТП-банка, Совкомбанка, Кредит Европа Банка) даже написали в прошлом году письмо в ЦБ. «Проведя анализ, банки обнаружили значительное отклонение (в меньшую сторону) расчетной ПСК от той, которая реально применяется розничными коммерческими банками», — говорилось в письме.

Однако Банк России был непреклонен и отказался вывести зарплатники в отдельную категорию. «Мы рассматриваем это письмо как попытку сохранения самого верхнего сегмента — высокорисковых продуктов. Многие аргументы, приведенные банками, не в полной мере соответствуют тем целям, ради которых принимался закон. Если реализовать предложения по выделению зарплатных продуктов, то средняя стоимость многих продуктов повысится, а охлаждающее влияние на высокорисковые продукты снизится. Мы пока не планируем менять расчеты», — ответил тогда банкирам зампред ЦБ Михаил Сухов.

Однако сегодня Банк России готов пойти на определенные уступки. По данным прессы, Центробанк намерен обсудить с Минфином возможность внести поправки в закон «О потребительском кредите». Согласно этим поправкам, планируется ограничить долю Сбербанка в расчете среднерыночного значения полной стоимости кредита. Дело в том, что ставка, которую рассчитывает Центральный банк, учитывает долю каждого конкретного банка в определенном сегменте потребительского кредитования. И в ряде этих сегментов Сбербанк имеет доминирующее положение, при этом сохраняя относительно низкие ставки. Если соответствующее решение будет принято, то особенно заметно оно должно отразиться на коротких кредитах на небольшие суммы.

Такой шаг со стороны регулятора может означать изменение его отношения к рынку потребкредитования в целом. Ведь задача ЦБ, согласно тому, как ее декларировал надзорный орган, заключается в том, чтобы охладить рынок, а не уничтожить. Между тем, согласно данным рейтинга журнала «Деньги», с начала 2015 года было только три месяца, когда объем потребительских кредитов 200 крупнейших российских банков по сумме чистых активов не снижался. При этом самый большой рост составил менее 265 млрд руб., в то время как крупнейшее снижение за месяц равнялось 440 млрд руб. В результате совокупный портфель кредитов гражданам за 2015 год и первый месяц 2016 года уменьшился более чем на 900 млрд руб.

В результате, по наблюдениям Банка России, заметно ухудшаются потребительские настроения граждан и их отношение к покупкам в кредит. «Должники, кто считает текущее время плохим для крупных покупок, превышают долю тех, кто считает его хорошим, более чем в три раза. Это подтверждается статистическими данными, которые указывают на дальнейшее снижение оборота розничной торговли непродовольственными товарами, в том числе длительного пользования. ... Января 2015 года также значительно ухудшилось отношение населения к покупкам в кредит. В феврале 2016 года 68% опрошенных считали текущее время неподходящим для покупки в кредит (в среднем в 2014 году — примерно 40%)», — говорится в опубликованном на сайте регулятора материале «Инфляционные ожидания и потребительские настроения населения по февраль 2016 года».

Пожоже результаты обнародовал и ВЦИОМ. Согласно данным его февральского опроса, 87% россиян считают, что сегодня плохое время для получения кредитов. При этом уже второй месяц подряд индекс кредит-

ного доверия (показатель, который отражает, считают ли россияне нынешнее время подходящим для кредитования) находится на рекордно низком уровне — 18 пунктов по шкале от 10 до 90. А по данным опроса портала Superjob, 62% ответивших считают, что кредит — прямой путь к разорению.

Маленькие и короткие солируют

В таких условиях можно предположить, что Банк России посчитал охлаждение достаточным и постепенно начинает поворачиваться лицом к рынку потребительского кредитования. В последнее время из всех его сегментов поддержку от государства получали только ипотека и автокредиты. Да и то не потому, что они считаются наименее рискованными или наиболее важными для банковской системы, а потому, что правительство требовалось поддержать строительную отрасль и автопром.

Это подтверждает и министр экономического развития Алексей Улюкаев, по словам которого в строительстве производство локализовано на 100%, а значит, его поддержка поможет стимулировать экономический наилучшим образом. «Именно поэтому мы ввели программу льготной ипотеки в самый сложный период для экономики в прошлом году, и обратите внимание, что объем ввода жилья не упал в прошлом году: 84 млн кв. м было введено в 2015 году», — рассказал он. По этим же соображениям программу господдержки ипотечного кредитования, которая должна была закончиться 1 марта, правительство продлило до конца 2016 года.

При этом нельзя сказать, что в ипотеке все безоблачно. Скандалы вокруг валютных ипотечных заемщиков не только создают общее негативное отношение к ипотечному кредитованию, но и заставляют власти действовать. И действия эти, как правило, приводят к новым ограничениям для банков. Заставить банкиров пересчитать валютную ипотеку по рыночному курсу пока не удалось, но штрафовать неплательщиков им скоро станет сложнее. Так, в середине марта депутаты Госдумы приняли в первом чтении законопроект, ограничивающий размер штрафов и пеней для ипотечных заемщиков, просрочивших платежей.

Что касается автокредитов, то на их подержание в текущем году правительство выделило почти втрое больше средств, чем в прошлом. Благодаря программе льготного автокредитования с января по начало марта, согласно данным Минпромторга, было продано 33 тыс. автомобилей, произведенных в стране. Но в этом сегменте основные проблемы те же, что и в ипотеке, — большая сумма кредита и длительные сроки.

На этом фоне неудивительно, что, согласно исследованию Standard & Poog's, самым проблемными сегментами потребительского кредитования стали кредиты наличными и кредитные карты. Ведь сегодня обычные потребительские кредиты по суммам, да и срокам, вполне сопоставимы с автокредитами, только более рискованными, поскольку не защищены залогом.

Кредитные же карты в условиях кризиса еще опаснее для банков, поскольку представляют собой возобновляемую кредитную линию. При этом если клиент потерял платежеспособность, он все равно может продолжать пользоваться кредитными средствами, а сроки действия карты часто не ограничиваются одним годом.

Растет на сегодняшний день только кредитование в торговых сетях. Объясняется это не только психологией: когда видишь вещь, которая срочно нужна, гораздо проще решиться влезть в долги. Дело еще и в том, что, как правило, POS-кредиты выдаются на небольшой срок и на относительно небольшие суммы. Соответственно, начинают пользоваться популярностью и аналогичные кредиты наличными — на небольшие суммы и короткие сроки. По ним небольшие суммы ежемесячного платежа, и действуют они на том временном горизонте, который как банки, так и потенциальные заемщики считают для себя безопасными. При этом максимальные ставки, установленные Банком России для POS-кредитов, достаточно высоки: от 36,7% до 48,2%. Они позволяют банкам выдавать кредиты широкому кругу клиентов с более или менее адекватным реальным уровнем риска. Так что на сегодняшний день, пожоже, опять, как и в начале 2000-х, драйвером потребительского кредитования становятся кредиты в магазинах и займы до года в пределах одной-двух зарплат.

Иван Петров

От Москвы до самых до окраин

— **регионы** —

Почта Банк — федеральная кредитная организация, охватывающая всю Россию. Мы поговорили с руководителями региональных подразделений банка о том, в чем специфика работы именно в их регионах.

Алексей Демьяненко, управляющий областным центром «Почта Банка», Москва:

— Московские клиенты более требовательны к качеству предоставляемых услуг, и, соответственно, при открытии банка мы будем уделять максимальное внимание качеству обслуживания. Хотя, я уверен, такой подход будет у всех моих коллег, ведь не бывает второго шанса произвести первое впечатление.

Москва — это самый насыщенный отделениями связи и густонаселенный регион. Это диктует определенные требования к взаимодействию с местными властями и к разветвлению сети.

С апреля мы планируем ежедневно открывать по одному отделению, и к кон-

цу года в столичном регионе будет работать около 150 точек обслуживания «Почта Банка», в 90% из них будет работать по два банковских окна, что поможет избежать очередей.

Что касается продуктового предложения, мы рассчитываем, что в Москве — городе с доходами населения выше среднего — большим спросом будет пользоваться наша депозитная линейка, так как условия у нас будут выгоднее, чем у конкурентов.

Марина Тохчукова, управляющий областным центром «Почта Банка», Волгоград:

— Специфика региона характеризуется двумя факторами: во-первых, Волгоград — самый длинный город России и мало банковских учреждений, которые ее стремились обеспечить свое присутствие на всей его протяженности. Во-вторых, в Волгоградской области большое количество мелких населенных пунктов, в которых большинство банков или кредитных учреждений никогда не от-

кроют офис либо закрывают ранее открытые по причине низкой рентабельности бизнеса. Как следствие, в данных локациях слабо представлены финансовые услуги. Есть места, где люди не могут воспользоваться элементарными и необходимыми услугами, например снять зарплату с карты, и им приходится ездить в соседний населенный пункт.

Наша основная задача — обеспечить качественные финансовые услуги в шаговой доступности каждому жителю Волгограда и Волгоградской области. Продукты, которые мы предлагаем для клиентов, максимально просты в понимании и удобны в ежедневном использовании. Базовым продуктом будет сберегательный счет, который позволяет хранить, копить и управлять денежными средствами. А с помощью интернет-версии или мобильного приложения вы сможете видеть все свои операции в нашем банке, оплачивать коммунальные платежи, делать покупки в интернете, переводы и управлять кредит-

ными продуктами. Отдельно отмечу, что для пенсионеров, получающих пенсию в «Почта Банке», будут предложены специальные условия как по кредитам, так и по депозитам.

До конца 2016 года мы планируем открыть в регионе порядка 39 отделений. Представленность банка в крупных городах позволит оценить простоту и доступность продуктов, а в отдаленных населенных пунктах по всей области обеспечить возможность воспользоваться минимально необходимым набором базовых финансовых услуг жителям региона, которые были лишены такой возможности ранее.

Константин Каховский, управляющий областным центром «Почта Банка», Санкт-Петербург:

— С точки зрения технологий отличий в разных регионах нет: банк предлагает стандартизированный набор услуг в любой точке присутствия. Отличия нашего региона — размер сети: до конца года мы планируем открыть до 150 клиент-

ских центров. Наши клиенты полностью готовы к продуктам, которые мы предлагаем. Большинство из них, включая пенсионеров, активно пользуются финансовыми сервисами — клиентом, у которого нет того или иного банковского продукта, трудно найти. Они привыкли к банковской инфраструктуре, банкоматом.

В нашем регионе офис «Почта Банка» будет представлен сотрудником и банкоматом, с помощью которого клиент сможет получить доступ к полному спектру наших услуг.

Что касается продуктов, то для экономически активной аудитории, часто совершающей покупки в интернете, мы предложим кредитные карты и кредиты наличными, для пенсионеров — очень удобный и выгодный сберегательный счет. Основная задача для нас — сделать так, чтобы почта ассоциировалась с удобными финансовыми сервисами, а не только с получением и отправлением корреспонденции.

Беседовала Елена Пашутинская