

«МЫ ПО-ПРЕЖНЕМУ БУДЕМ ПОЗИЦИОНИРОВАТЬ СЕБЯ КАК БАНК ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ»

БАНК БФА, ВОШЕДШИЙ В ФЕВРАЛЕ ЭТОГО ГОДА В ТОП-100 РОССИЙСКИХ БАНКОВ ПО РАЗМЕРУ ЧИСТЫХ АКТИВОВ, РАССЧИТЫВАЕТ ДО КОНЦА ГОДА УВЕЛИЧИТЬ ИХ ДО 468 МЛРД РУБЛЕЙ. ПЕРВЫЙ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ ОАО «БАНК БФА» ЕВГЕНИЙ МИЩУК РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ «ЭКОНОМИКА РЕГИОНА» КРИСТИНЕ НАУМОВОЙ О ПЛАНАХ ПО РАЗВИТИЮ РОЗНИЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ, О РИСКОВЫХ ДЛЯ КРЕДИТОВАНИЯ ОТРАСЛЯХ И О КОНКУРЕНЦИИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ.

BUSINESS GUIDE: На какие показатели банк вышел по итогам первого квартала 2012 года?

ЕВГЕНИЙ МИЩУК: Первый квартал 2012 года, как и весь прошлый год, оказался удачным. Надо сказать, что традиционно первый квартал в банковском секторе показывает более скромные результаты, нежели другой отчетный период. По итогам февраля 2012 года банк БФА вошел в топ-100 российских банков по размеру чистых активов. В 2011 году данный показатель вырос более чем на 90%. Объем активов на 1 апреля превысил 36 млрд рублей, увеличившись за три месяца на 22%. Размер собственного капитала банка составляет порядка 6,12 млрд рублей. Кредитный портфель за первый квартал вырос на 47%, превысив 16 млрд рублей.

BG: На какие цифры рассчитываете по итогам года?

Е. М.: По итогам года мы намерены закрепить наши позиции и подняться на более высокие места в рейтинге топ-100 крупнейших российских банков по размеру активов. Мы ожидаем, что к концу 2012 года размер активов банка достигнет планки в 45–46 млрд рублей. Мы стремимся к более высокому показателю — 50 млрд рублей и выше. Но если эта планка не будет достигнута к концу года, мы не считаем это своим поражением. По нашим прогнозам, размер собственного капитала банка к концу года увеличится до 6,4 млрд рублей за счет прибыли банка. Увеличение уставного капитала на этот год не запланировано.

BG: Чуть меньше года назад вы начали работать с частными клиентами. На каких клиентов в этом направлении ориентируетесь в первую очередь?

Е. М.: Розничные продукты банка мы будем разрабатывать в двух направлениях. Первое предложение будет ориентировано на состоятельных частных клиентов — владельцев и руководителей крупного и среднего бизнеса, бенефициаров, высокооплачиваемых менеджеров. Второе направление — это работа в рамках зарплатных проектов с сотрудниками компаний, которые являются нашими корпоративными клиентами. Мы будем развивать обслуживание частных клиентов последовательно и на высоком уровне, но в структуре баланса банка продукты обслуживания частных клиентов вряд ли превысят 30%. Мы по-прежнему будем позиционировать себя как банк для корпоративных клиентов. Клиенты, которых мы привлечем в рамках розничного направления, будут исчисляться сотнями, но не тысячами.

BG: Какие продукты для частных клиентов в разработке?

Е. М.: Чтобы удовлетворить требования розничных наших клиентов, мы работаем над



АЛЕКСАНДР ПЕТРОВСКИЙ

созданием новых продуктов и совершенствованием уже существующих. Ведется постоянный мониторинг конкурентной среды. Например, сейчас депозитная линейка БФА является оптимальной, она сбалансирована под разные инвестиционные задачи клиентов. В перспективе, ориентируясь на потребности премиального сегмента, мы будем дополнять наши сервисы. Например, разработаем пакетные предложения для разных групп клиентов, включающие как банковские, так и нефинансовые привилегии. Также планируем расширять линейку депозитных вкладов, ориентированную на премиальный сегмент. Летом этого года будет запущен карточный проект. Мы намерены эмитировать весь спектр пластиковых карт систем Visa и MasterCard: от обычных карт (Cirrus Maestro Electron и Standard) до премиальных (Infinity и Visa Black Edition Platinum и Visa Infinity). Надо отметить, что в Петербурге немногие банки эмитируют карты Visa Infinity.

BG: Сколько стоит «входной билет» для клиента в премиум-сегмент?

Е. М.: Входной порог для доступа к премиальной сетке депозитных вкладов составляет 3 млн рублей. Обслуживание наших клиентов построено на системе персональных менеджеров, которые формируют для конкретного клиента пул предложений по размещению его денежных средств, по управлению и оптимизации денежных потоков и дополнительным сервисам банка.

BG: Перспектив в массовом сегменте вы для себя не видите?

Е. М.: Мы не отказываемся от массового сегмента, он всегда интересен. Но мы понима-

ем, что он активно развивается при условии оказания услуг в шаговой доступности. У нас сейчас четыре офиса продаж в Петербурге и один в Москве, и пока в наши ближайшие планы не входит существенное расширение присутствия в этих городах. Поэтому говорить о приросте в массовом сегменте было бы неверно. В настоящее время мы рассматриваем розницу как сегмент, на котором мы будем выстраивать технологии обслуживания сотрудников компаний наших корпоративных клиентов.

BG: Расскажите про ипотечные продукты, которые вы начали предлагать в апреле.

Е. М.: В настоящее время мы запустили ипотечные программы по двум объектам. Речь идет о жилом комплексе премиум-класса «Леонтьевский мыс» от одноименного застройщика и о проекте «Академ Парк» компании «Зенит-Строй-Инвест». Ожидать, что ставки по этим программам будут низкие или неоправданно высокие, не приходится, ведь мы работаем в условиях рынка. Сегодня средняя ставка по ипотеке в Петербурге колеблется от 12 до 14,5%. С одной стороны, ставка — весомый аргумент для заемщика при выборе банка. С другой стороны, помимо ставки существует масса дополнительных условий, которые даже самую выгодную ставку могут сделать некомфортной для клиента. Мы создали привлекательные продукты, чтобы клиент пришел за кредитом к нам, даже если ставки крупных банков окажутся несколько ниже.

BG: По вашим оценкам, сегодня существуют возможности для снижения ипотечных ставок?

Е. М.: На рынке сегодня можно наблюдать довольно разнонаправленные движения. С одной стороны, уходят последствия кризиса. С другой стороны, нарастают ожидания новой волны кризиса. Разговоры о снижении ставок сегодня более оптимистичны, нежели разговоры о приросте. По моим прогнозам, ставки либо останутся на прежнем уровне, либо продемонстрируют небольшой рост. Конечно, на рынке возможно появление определенных продуктов, в рамках которых будут предложены более низкие ставки. Но это лишь будет означать наличие дополнительных условий, таких как высокий первый взнос, неудобные графики погашения, короткие сроки кредита.

BG: Планируете ли вы расширить круг партнеров в рамках ипотечного направления?

Е. М.: Мы заинтересованы в расширении круга партнеров и постоянно ведем переговоры с застройщиками. В то же время банк БФА довольно консервативен с точки зрения подходов к оценке рисков. Мы не готовы аккредитовать застройщика только

в силу известности бренда или объекта. Мы должны понимать финансовое состояние потенциального партнера, его стратегию и идеологию проекта. Нам важно знать, какие цели преследует застройщик, хочет ли он быстро и дешево построить и подороже продать или он видит возможности для капитализации имени. Мы заинтересованы в расширении круга надежных партнеров и сейчас ведем переговоры с рядом застройщиков, но пока преждевременно говорить о партнерстве с кем-либо конкретным. Конечно, мы не планируем аккредитовать около 40 застройщиков. По ипотечным продуктам мы не сможем составить конкуренцию крупным розничным банкам.

BG: Застройщики, работающие в сегменте «эконом», вас не интересуют?

Е. М.: При выборе застройщика мы ориентируемся на проекты премиального сегмента или бизнес-класса. Мы не видим синергии в экономклассе или бюджетном строительстве. Нам интересно, чтобы клиент, который покупает квартиру по нашей ипотечной программе, в дальнейшем воспользовался нашими смежными продуктами. Вряд ли клиент, который приобретает в ипотеку бюджетную квартиру, заинтересуется нашей продуктовой линейкой.

BG: И все же основная деятельность банка — обслуживание юридических лиц. Сколько у банка корпоративных клиентов?

Е. М.: В Петербурге у нас более 800 корпоративных клиентов. Мы не можем похвастаться количеством, но крупных и средних клиентов не может в принципе быть много. Наибольшую долю в корпоративном портфеле занимают такие сегменты, как торговля, транспорт и логистика, связь, нефтепереработка, девелопмент.

BG: Какой сегмент кредитования можно назвать наиболее рискованным?

Е. М.: Наиболее рискованной областью кредитования я бы назвал девелопмент в силу несовершенства российской законодательной базы, менталитета заемщиков и структуры бизнеса большинства девелоперских компаний. Девелопмент видится наиболее рискованным сегментом также в обстоятельствах всеобщего ожидания второй волны кризиса. Транспортная отрасль в этом смысле представляется более надежной — перемещение людей и грузов продолжается и в кризис. С другой стороны, независимо от отрасли, большое значение имеет желание и способность банка структурировать сделку, делать проект взаимовыгодным. У нас уже есть успешный опыт работы по структурированию сложных проектов. В этом мы видим одно из наших основных конкурентных преимуществ. ■