



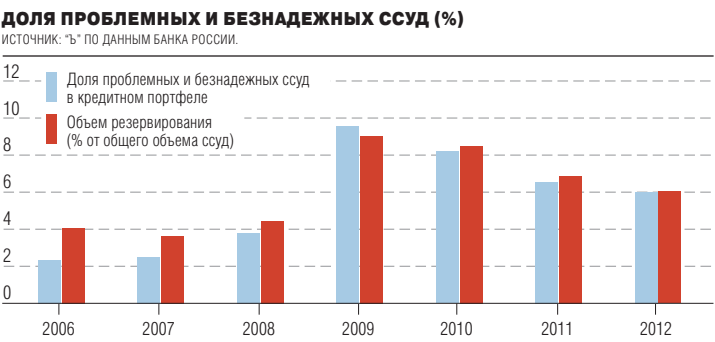
Пассивный риск

рейтинг

В 2012 году проблема качества активов в банковском секторе наконец отошла на второй план — актуальными стали вопросы достаточности капитала и ликвидности банков. Главной сенсацией 2012 года стала растущая зависимость банковского сектора от средств ЦБ. Объем долговых ресурсов, привлеченных от Банка России, к концу года составил 2,6 трлн руб., что вполне сопоставимо с пиковыми значениями начала 2009 года.

Для банковского сектора 2012 год стал одним из наиболее успешных как с точки зрения роста, так и с точки зрения заработанной прибыли. Активы увеличились на 18,9%, кредиты физическим лицам — на 39,4%, частные вклады — на 20%. Совокупная прибыль сектора поставила очередной рекорд, превывсив 1 трлн руб. Правда, примерно треть заработанной прибыли пришлось на Сбербанк, но и у других участников рынка в ушедшем году также были возможности заработать: растущий спрос на кредиты со стороны населения поддерживал процентную маржу, а стабилизация качества кредитных портфелей позволяла сокращать отчисления в резервы по сравнению с прошлыми периодами.

Пожалуй, в ушедшем году впервые за долгое время качество активов не было вопросом номер один: «унаследованные» в период кризиса проблемы близки к своему решению, а новых просроченных ссуд из-за умеренного кредитного роста пока не накопилось. С другой стороны, перед системой встали новые задачи: поиск новых источников капитала и поддержание достаточной ликвидности. В 2012 году у банков было две основные причины для поиска нового капитала. Первая — необходимость поддерживать заявленные темпы роста в условиях ограниченности собственных ресурсов и низкой доступности помощи от текущих акционеров. Следует отметить, что



здесь банки добились определенных успехов сразу по нескольким фронтам. Во-первых, были мобилизованы внутренние возможности управления существующим капиталом и достигнута рекордно высокая рентабельность собственных средств — 18,2%. По факту это означает, что за счет прибыли 2012 года банки сформировали существенный задел для роста в 2013 году. Во-вторых, были использованы новые инструменты привлечения собственного капитала. Так, в середине года ВТБ выпустил бессрочные еврооблигации на \$1 млрд, а в ноябре доразместил бумаг еще на

\$1,25 млрд. Это позволило банку увеличить капитал первого уровня, не прибегая к дополнительной эмиссии акций. По сути, бессрочные еврооблигации являются гибридным финансовым инструментом, сочетающим в себе черты как долгового, так и акционерного финансирования и позволяющим достичь притока собственных средств, не привлекая новых собственников в капитал. Также произошло размещение вечных еврооблигаций Газпромбанка. Данный инструмент финансирования пока показал себя настолько гибким и удобным, что, возможно, в 2013 году мы увидим и

другие банки, выпускающие бессрочные евробонды. Вторая причина поиска новых источников финансирования — ужесточение требований регулятора к расчету собственного капитала. Во-первых, банковская система постепенно переходит к расчету капитала по стандартам третьего Базельского соглашения (Базель-3), что негативно скажется на нормативе достаточности капитала (Н1), который может снизиться. При минимальном нормативе достаточности капитала в 10% на конец 2012 года фактический показатель составлял 13,7%. По предварительным оценкам после введения новых правил, чтобы сохранить существующий показатель, банкам потребуется привлечь в капитал около 500 млрд руб. А во-вторых, регулятор ужесточил требования резервирования по необеспеченным розничным кредитам, что также потребует от банков (в особенности от специализированных на рознице) мобилизации большого объема ресурсов. Между тем именно розничное кредитование в прошедшем году стало основным мощным фактором роста, причем показало такие фантастические темпы, что многие даже заговорили о новом кредитном пузыре. Пожалуй, главная неожиданность 2012 года — растущая зависимость банковского сектора от средств ЦБ. (Окончание на стр. 19)

Подставляя плечо депозита

финансы

Согласно уникальному исследованию рынка FOREX-брокеров в России, проведенному во второй раз компанией «Интерфакс — Центр экономического анализа», среднемесячный объем привлеченных FOREX-брокерами депозитов в 2012 году достиг \$355 млн. За прошедший год укрепили свои позиции брокеры, представляющие банковский или инвестиционный финансовые сектора. Стагнация финансового рынка подталкивает его участников не только к усилению конкуренции и консолидации, но и к большей прозрачности и госрегулированию. Это важно, потому что FOREX становится доступным финансовым инструментом для широких слоев населения.

«Большая тройка»
Рынок услуг FOREX-брокеров в России продолжает оставаться одним из самых непрозрачных сегментов финансового рынка. Основная причина непрозрачности кроется в отсутствии регулирования данного сегмента финансового рынка государством. В итоге в абсолютном своем большинстве FOREX-брокеры не публикуют финансовую отчетность, которая могла бы пролить свет на реальные масштабы их деятельности в России. С формальной точки зрения ситуация также осложняется тем, что брокеры предпо-

читают работать с российской клиентурой от лица организаций, зарегистрированных в иностранных (зачастую офшорных) юрисдикциях, что не обязывает их раскрывать сведения о деятельности в России. Компания «Интерфакс — Центр экономического анализа» (ИФ-ЦЭА) уже второй раз провела исследование рынка услуг FOREX-брокеров в России с целью получить реальные оценки показателей их деятельности. Было проведено анкетирование участников рынка (как трейдеров, так и брокеров). Опрошены 2,6 тыс. трейдеров и 10 FOREX-брокеров. Низкая активность участия FOREX-брокеров в нашем опросе обусловлена нежеланием многих из них продемонстрировать рынку реальные количественные индикаторы своей деятельности. Вместе с тем некоторые брокеры сочли возможным принять участие в опросе, среди них оказался и крупнейший участник рынка FOREX в России компания Alpari.

Сопоставление результатов анкетирования брокеров с результатами анкетирования трейдеров позволило нам верифицировать результаты нашего опроса и получить адекватные реальности оценки деятельности компаний. Так, были составлены репрезентативные выборки ответов респондентов по 18 FOREX-брокерам, в результате чего удалось оценить примерную численность их российской клиентуры, а также среднемесячные объемы оборотов в 2012 году. Основным моментом из полученных оценок является вывод о высокой концентрации рынка услуг FOREX-брокеров. На долю трех крупнейших компаний приходится примерно 73% (223,4 тыс. человек) активных клиентов и примерно 85% (\$187,1 млрд) среднемесячного оборота. Такие внушительные обороты не должны вызывать недоумения, так как объясняются активным использованием трейдерами кредитных плеч. Иными словами, данный показатель отражает не столько реальные объемы средств, которыми оперируют FOREX-брокеры, сколько виртуальные объемы кредитования, предоставляемого ими трейдерам. По нашим оценкам, реальный объем привлеченных FOREX-брокерами депозитов составляет около \$355 млн, или около 10,5 млрд руб. Тройка лидеров FOREX-брокеров по числу клиентов выглядит следующим образом: Alpari — 93,6 тыс. (30,6% рынка), Forex Club — 71,4 тыс. (23,3% рынка), TeleTRADE — 59,3 тыс. (19,4% рынка). Те же три компании лидируют по объемам среднемесячных оборотов: Alpari — \$84,9 млрд (38,4% рынка), Forex Club — \$55,8 млрд (25,2% рынка), TeleTRADE — \$46,4 млрд (20,9% рынка). По данному показателю компания Alpari лидирует с большим отрывом относительно основных конкурентов. (Окончание на стр. 18)

Зазывная сила бренда

лояльность

Банки в 2012 год вложили в рекламу 9,76 млрд рублей (без НДС и без учета затрат на интернет-рекламу), что на 18% больше 2011 года. Вопрос в том, как эти затраты влияют на потенциального клиента. Специалисты OMD MD/PHD Group провели широкое масштабное исследование, чтобы выяснить ориентиры и мотивы, которыми руководствуются в России клиенты при выборе своего банка.

Надежная пятерка

В рамках исследования, проведенного специалистами рекламной группы OMD MD/PHD Group (холдинг BBDO Group), были опрошены граждане в возрасте от 18 до 55 лет, воспользовавшиеся в общей сложности услугами 50 банков. Эксперты изучили знание потребителями брендов, лояльность к ним, основные драйверы и барьеры при выборе банковских услуг. Причины, которыми россияне руководствуются при выборе банков, традиционны: надежность (60%), широкая сеть отделений и банкоматов (41%), привлекательные финансовые условия и тарифы (36%), качество сервиса (35%). «Все другие показатели выходят из показателя надежности. Здесь можно проследить положительную корреляцию между знанием бренда и оценкой его надежности. Формула проста: работашь над своей узнаваемостью — выглядишь надежным», — объясняет управляющий директор BBDO Branding Ольга Коновалова. Превалирование надежности и хорошей истории банка над всеми другими факторами вполне объяснимо для России с ее постсоветским прошлым и «пирамидами». Любопытно то, что банку «Траст», капитализирующему свое наименование «доверие» и использующему удачный образ простого крепкого парня Брюса Уиллиса с его простым языком, тем не менее не удалось дотянуть пятерку лидеров по показате-



Затраты на банковскую рекламу растут, но для клиента главным остается хороший продукт
ФОТО ТАТЬЯНЫ ЧЕРЗЯН

лям надежности: Сбербанк, ВТБ, ВТБ 24, Альфа-банк и Райффайзенбанк. Эту же «большую пятерку» россияне называли наиболее престижными и самыми быстрорастущими. Список «большой пятерки» банков, предлагающих наиболее привлекательные финансовые условия, дополняют «Хоум Кредит» и Связной-банк. Также они отмечены как предлагающие быстрый и качественный сервис. Наиболее известными банками, по данным январской волны исследования, были признаны Сбербанк (95% опрошенной аудитории), ВТБ 24 (91%), Альфа-банк (81%), ВТБ (78%) и разделившие пятое место «Русский стандарт» и Банк Москвы (73%). Из них россия-

нам больше всего нравятся ВТБ 24 (35%), Альфа-банк (22%) и Райффайзенбанк (12%). Бессменный лидером по всем характеристикам на российском рынке является Сбербанк. Он занимает первое место по затратам на рекламу, которые постоянно растут (с 2011 по 2012 год на 10%), и отрыв от конкурентов очень большой. Но максимально возможный процент знания банка (95%) и симпатии к нему (70%) скорее не имеют линейной зависимости от его медиа-вложений. «Сбербанк — банк не просто с историей, а банк-столп, которому неосознанно доверяют по привычке, благодаря господдержке. Он возглавил все возможные рейтинги, и ему достались характеристики даже премиального и инновационного банка. И в этом сила бренда. Да, лидерам всегда достается критика за минусы всей категории, но и все поло-

жительные атрибуты приписываются также лидеру», — комментирует Ольга Коновалова.

Продуктовый набор

Несмотря на то что бессменными банковскими идолами для населения по-прежнему остаются Сбербанк и ВТБ, в целом картина банковского сектора меняется. В отрасль приходят новые прогрессивные игроки, которые находят своего клиента. Тенденция налицо: былая настороженность к молодым банкам тает. Главное для клиента — хороший продукт. При наличии адекватного продукта клиенты готовы воспользоваться услугами нетрадиционных финансовых структур, пришедших на этот рынок с абсолютно другой территории. Самые яркие примеры последнего времени — банк телеком-гиганта МТС и выросший из технического ритейла Связной-банк. Делавший свои первые шаги МТС-банк, выросший из МБПР, принял на себя всю силу бренда МТС и облегчил себе выход на рынок. Данные демонстрируют, что игра стоила свеч: о банке с подкаской вспомнили 35% респондентов, 12% знают его рекламу. Связной-банк, практически новорожденный игрок без истории, появился всего лишь в 2010 году и уже сегодня имеет 51% знания бренда. Такой результат можно объяснить сочетанием удачной продуктовой стратегии (универсальная бонусная/доходная/кредитная карта) с силой ритейл-структуры «Связной». Согласно исследованию, Связной-банк уже дышит в спину «большой пятерке» по количеству клиентов за прошлый год: у ВТБ 24 — 22%, Альфа-банка — 17%, «Хоум Кредит» — 11%, «Русского стандарта» — 11%. В Связной-банк в 2012 году пришло 8% клиентов. Доля лояльности у Связной-банка 11% — это практически столько же, сколько у Райффайзенбанка, который нравится 12% опрошенных. А по знанию рекламы он дотягивает такого гиганта, как ВТБ, с его 18%. (Окончание на стр. 18)



КОРПОРАТИВНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ♪ АККРЕДИТИВЫ И ГАРАНТИИ
ТОРГОВОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ ♪ ФАКТОРИНГ И ЛИЗИНГ ♪

ГАРМОНИЧНОЕ ЗВУЧАНИЕ КРЕДИТНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

В МАСШТАБАХ СТРАНЫ, В ИНТЕРЕСАХ КАЖДОГО

8-495-913-74-74, 8-800-100-07-01

www.gazprombank.ru

ГПБ (ОАО). Генеральная лицензия ЦБ РФ № 354. Реклама.