

VIP-КЛИЕНТ УЧИТСЯ ДОВЕРЯТЬ

относительно молодое для России направление private banking, которому всего около двадцати лет, набирает популярность у банков: с каждым годом все большее количество кредитных организаций выходит на этот рынок.

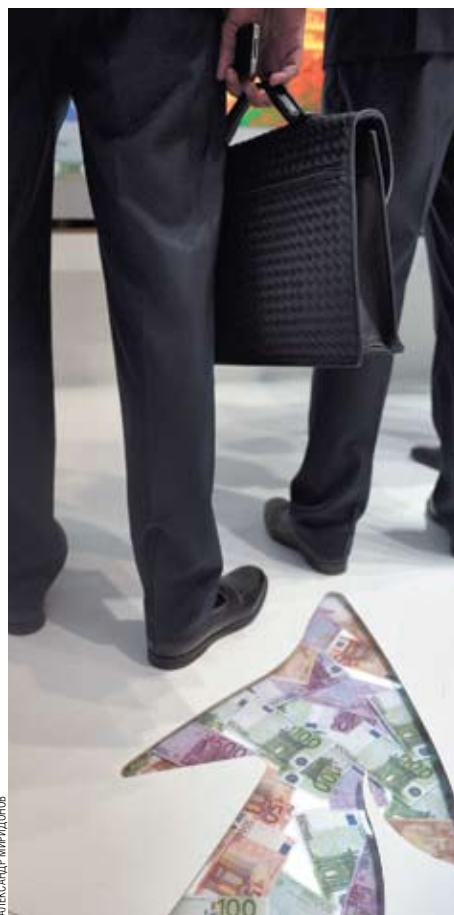
ОЛЕГ НАЗАРОВ

По словам старшего аналитика ИФК «Солид» Артура Ахметова, если говорить только о банках, то private banking лишь зарождается. «Но если принимать во внимание управляющие компании и паевые фонды, то VIP-обслуживание довольно развито. Как правило, типичный VIP-клиент старше 40 лет, имеет капитал от \$1 млн, нажитый законным путем. Несмотря на большое количество миллионеров в России, далеко не все они пользуются услугами private banking: в этом их отличие от богатых людей на Западе. Российские миллионеры предпочитают офшоры, так как боятся силового давления государства», — указывает аналитик.

По словам Максима Нозина, начальника отдела организации работы с состоятельными клиентами Северо-Западного банка Сбербанка России, private banking активно развивается в России, а его история насчитывает более 20 лет. «С каждым годом все большее количество банков выходит на рынок private banking, конкуренция на нем возрастает и стимулирует расширение продуктового ряда и повышения качества сервиса. Основными клиентами private banking в России являются собственники среднего и крупного бизнеса, топ-менеджеры компаний, спортсмены и представители шоу-бизнеса с годовым доходом от 5–10 млн рублей. Средний возраст клиента — от 35 лет, — говорит он. — Что касается продуктов, то по-прежнему наиболее востребованы депозиты и сберегательные сертификаты. В отличие от западного private banking, в России недостаточно развит институт персонального банкира. В основном такая ситуация связана с неготовностью большей части состоятельных клиентов доверять свои финансовые вопросы банковскому сотруднику, предпочитая полагаться только на собственные силы, знания и опыт. Постепенно данная ситуация меняется за счет повышения профессионализма клиентских менеджеров банков».

Президент — председатель правления банка SIAB Галина Ванчикова говорит, что в России private banking — молодое направление развития. «Но тенденция динамичная, и все больше банков выделяют отдельное подразделение для обслуживания VIP-клиентов. Возраст таких клиентов 40–60 лет, но, по опыту банка SIAB, все чаще появляются довольно молодые клиенты — до 30 лет. Преимущественно мужчины — примерно 85 процентов. Нижний порог входа в категорию VIP-клиента у банков разный, у банка SIAB — 2,5 млн рублей, — рассказывает она. — Чаще всего им интересны вклады, инвестиции в предметы искусства, антиквариат, недвижимость».

Светлана Григорян, начальник управления по работе с состоятельными клиентами ЗАО «Райффайзенбанк», говорит, что рынок услуг private banking в



АЛЕКСАНДР МИРДОНОВ

В ОТЛИЧИЕ ОТ ЗАПАДНЫХ VIP-КЛИЕНТОВ, РОССИЙСКИЕ МИЛЛИОНЕРЫ ТОЛЬКО УЧАТСЯ ДОВЕРЯТЬ СВОИМ БАНКИРАМ

России находится в стадии активного роста: по разным оценкам, ежегодно он увеличивается на 10–15 процентов. «Косвенным свидетельством потенциала рынка является то, что многие игроки акцентируют внимание на этом клиентском сегменте, инвестируют средства в развитие этого направления, открывают подразделения по работе с крупным частным капиталом, — говорит она. — Инвестиционные предпочтения состоятельных клиентов в настоящее время больше сконцентрированы в продуктах с защитой капитала или консервативных стратегиях и не ограничиваются одним рынком или инструментом. Идея „защиты“ в такой продукт, может быть самой разной, вплоть до возможности абсолютно индивидуализировать ее в случае каких-то особенных предпочтений клиента». Госпожа Григорян отмечает, что доля рискованных вложений, будь то инвестиции в бумаги с высоким уровнем риска или инвестиции на рынках стран с волатильными фондовыми рынками, обычно несколько увеличивается в периоды рыночного оптимизма и снижается в нестабильные периоды.

Олег Ваксман, заместитель председателя правления, Газпромбанка, говорит, что рынок private banking только зарождается в России, учитывая, что средний возраст «развитого» private составляет более 200 лет. «Вместе с тем современный рынок private настолько видоизме-

нился, что и старейшие банки, и совсем молодые оказались примерно в одинаковой ситуации перед современными вызовами, — говорит он. — Что касается клиентов, то их можно условно поделить на две группы. Одна из них — консерваторы, которые не хотят рисковать и заинтересованы только в расчетно-кассовом обслуживании и депозитах. Вторая группа — это клиенты, которые уже готовы к управлению своими средствами по принципу „риск/доходность“ и стремятся к формированию индивидуальных инвестиционных портфелей. Важно отметить, что эволюция клиента от консервативного к более агрессивному в России происходит намного быстрее, чем на Западе».

По словам господина Ваксмана, российский private banking — это, как правило, высокая ставка по депозиту, низкая ставка по кредиту и высокий уровень сервиса, который зачастую отрицательно влияет на прибыльность банковских операций. «Но при сложившихся условиях неудивительно, что клиенты private banking в России остаются приверженцами традиционных депозитов. „Западный“ private-банк — это индивидуальное управление портфелем и глобальная линейка инвестиционных решений, а также самые современные IT-решения», — рассказывает он.

По словам Елены Разговоровой, начальника управления организации работы с состоятельными клиентами «Ренессанс Кредит», в нашей стране рынок private banking действительно находится на начальной стадии своего развития. «Но с каждым днем число банков, развивающих данное направление, становится все больше, причем это и российские кредитные организации, и „дочки“ иностранных финансовых институтов. Четких критериев для входа в число клиентов сегмента private banking не существует. Каждый банк в этом плане действует по своему усмотрению. В среднем по рынку минимальная сумма — \$1 млн, которая, как правило, должна быть размещена на депозитах или вложена в инвестиционные продукты. Но часто лимит бывает ниже. Что касается рода занятий, то, как правило, VIP-клиентами являются топ-менеджеры крупных компаний, а также владельцы собственного бизнеса», — говорит она.

По словам Михаила Горба, вице-президента — руководителя направления Private Banking банка «Санкт-Петербург», можно уверенно говорить о том, что в настоящее время в России private banking сформировался как один из наиболее динамично развивающихся и прибыльных банковских бизнесов и как полноценный сервис для VIP-клиентов. «Прежде всего речь идет о крупнейших российских банках, а также о дочерних банках серьезных участников западного рынка услуг для состоятельных частных клиентов. Банк „Санкт-Петербург“

уже более шести лет развивает private banking и на сегодня является одним из лидеров рынка Северо-Запада в данном направлении, — говорит он. — Как правило, возраст VIP-клиентов — от 40 лет и более. Вместе с тем есть основания говорить о наметившейся тенденции к „омоложению“ VIP-клиентов за счет смены поколений в бизнесе и прихода к управлению семейными капиталами младшего поколения», — говорит он.

По словам господина Горба, практически у всех банков существуют количественные критерии отнесения клиентов к сегменту private banking. «В западной практике нижняя граница отсечения — \$1 млн, а в ряде банков — \$3–5 млн. В нашей российской действительности уместнее рассматривать данный критерий как оценочный. Поскольку важен не только стартовый капитал вхождения клиента в тот или иной private, но и его инвестиционный потенциал, а также уровень влияния в бизнес-среде и в обществе. Мы ориентируемся на 10–15 млн рублей, но готовы начинать работать и с меньшими суммами, исходя из сказанного выше и собственного практического опыта. При этом любому клиенту надо понимать, что с суммами меньше \$1 млн они не смогут воспользоваться таким важным направлением услуг private banking, как портфельные инвестиции, с участием профильных подразделений банка».

Алина Назарова, вице-президент, руководитель блока Private Banking Номосбанка, рассказывает, что private banking — это «семейный банкир» в классическом «швейцарском» понимании. «Клиент может решить любой банковский или нефинансовый вопрос через одного человека. Это могут быть и классические кредитно-депозитные схемы, и вопросы наследования. В России есть своя специфика, которая заключается в молодости отрасли private banking. Клиенты не могут до конца довериться банкирам, из-за чего периодически невозможно оказать услугу, которая будет всесторонне решать клиентские вопросы, — говорит она. — Среди самых популярных у наших состоятельных клиентов продуктов мы можем выделить два, и оба они объединены общей идеей — предсказуемые сценарии выплаты. Это еврооблигации и структурированные продукты с защитой капитала. Еврооблигации в большинстве случаев номинированы в долларах США и являются следующим шагом после депозитов для большинства клиентов, так как обеспечивают выплату „тела“ инвестиций по номиналу и заранее зафиксированный купон, часто превышающий депозитную ставку в российских банках. Структурированные продукты могут быть номинированы в любой валюте, но чаще всего мы используем рубли, чтобы сделать возможные сценарии выплаты более привлекательными». ■