

«Мы идем туда, где работают наши клиенты»

Накануне Международного инвестиционного форума «Сочи-2016» президент банка «Югра» **Алексей Нефедов** рассказал, Ъ о планах по развитию деятельности банка на юге России, а также в других перспективных регионах страны.

— интервью —

— Расскажите, с какой целью вы приехали на Международный инвестиционный форум «Сочи-2016»? Какие планы у вашего банка по расширению бизнеса в этом регионе?

— Банк «Югра» уже давно активно развивается в данном регионе. В прошлом году мы открыли большой офис в городе Сочи, и надо заметить, это не единственная наша точка в Краснодарском крае.

В основном банк сейчас сконцентрирован на поддержке традиционного для этого региона бизнеса, связанного с обслуживанием клиентов в сфере туризма и сфере услуг. Мы работаем в Сочи с владельцами больших и малых гостиничных комплексов, ресторанным бизнесом.

Кроме того, мы поддерживаем крупные мероприятия — как спортивные, так и развлекательные, которые проводятся в городе Сочи. Банк «Югра» является партнером фестиваля «Новая волна», поддерживает Ночную хоккейную лигу, которая традиционно устраивает чемпионаты в Сочи. Поэтому на всех мероприятиях, а тем более таких значимых, как форум «Сочи-2016», стараемся всегда активно участвовать и помогать в организации.

— Насколько вы считаете этот регион перспективным в плане дальнейшего расширения там своего присутствия?

— Мы видим, что внутренний туризм в России сегодня на подъеме. Поэтому сфера туризма в Сочи и в целом в Краснодарском крае еще долгое время будет активно развиваться. Эта отрасль мне представляется очень перспективной. То же можно сказать и о сфере строительства. Многие жители Москвы и Санкт-Петербурга, Сибирского региона и других отдаленных областей сегодня интересуются покупкой жилья на юге недалеко от моря. Поэтому это направление в ближайшее время также будет развиваться. И наш банк готов активно поддерживать развитие этих сегментов. Также благодаря климатическим условиям большой потенциал развития на юге имеют аграрный сектор и сельское хозяйство. Мы также с удовольствием финансируем всевозможные производства, сферу услуг, гражданское и коммерческое строительство.

— Известно, что конкурс «Новая волна» совместно с банком «Югра» займется продвижением Сочи на туристическом рынке. Почему ваш банк заинтересовался этим проектом?

— Когда нашему банку предложили принять участие в продвижении одного из лучших российских курортов, мы не задумываясь согласились стать партнером этой программы. Потому что хотим, чтобы отдых в Сочи запомнился его гостям не только пляжами и красивым ландшафтами, но и качественным сервисом. А наше участие в проекте позволит им существенно сэкономить.

Началось все просто: вначале мы решили стать партнерами фестиваля «Новая волна», который проводится в Сочи, а уже потом вместе с «Новой волной» присмотрелись и к программе продвижения этого курорта New Wave. I love Sochi («Новая волна. Я люблю Сочи»).

— Как именно ваш банк планирует поддержать имидж Сочи?

— Банк «Югра» выпустит карту лояльности «Я люблю Сочи», которая позволит ее владельцам получить доступ к нашим традиционным банковским сервисам. Но фишка в том, что эти туристические карты дают владельцам право на скидки от 10% до 45% у партнеров программы, а это на сегодня более 100 компаний. И мы надеемся, что благодаря стратегическому партнерству с «Новой волной» к программе присоединится больше компаний — лидеров в своих отраслях. Например, сегодня партнерами программы уже стали гостиница Radisson Lazurnaya Hotel, ресторан-ночной клуб Mandarin bar, кафе-бар VиноGrаD, санаторий «Мыс Видный», картинг «Формула», «Сочи Парк» и другие. В настоящий момент, насколько мне известно, идут переговоры с Mercedes-Benz, туроператором «Анекс-тур», несколькими дизайнерскими домами и крупными информационными партне-

рами. Технически этот проект будет реализован при поддержке компании УЭКБ.

— На какое время рассчитан этот проект и чего ждут от него организаторы?

— Мы надеемся, что наше участие совместно с фестивалем «Новая волна» позволит программе развиваться быстрее, но вместе с тем не хотим, чтобы наша программа имела какие-то ограничения по срокам или географии. Человек, который хочет приехать в Сочи, должен иметь возможность получать интересующие его услуги от наших партнеров по всей России. И мы рассчитываем, что проект «Я люблю Сочи» со временем выйдет за рамки города-курорта.

— Банк «Югра» активно поддерживает конкурсы молодых исполнителей. Почему вообще вы выбрали для себя музыкальную тематику?

— Что касается конкурса «Новая волна», для нас большая честь поддерживать столь значимое мероприятие в музыкальном мире и таким образом внести свой вклад в развитие культуры страны. Ведь именно благодаря этому конкурсу талантливые молодые исполнители получают путевку на большую сцену, и для нас особенно почетно было участвовать в мероприятии в год 15-летия конкурса. По этой же причине мы поддерживаем и шоу «Голос» на «Первом канале».

— Какие еще регионы страны помимо Южного банк считает для себя привлекательными?

— Мы идем туда, где работают наши клиенты. Сейчас мы видим большой потенциал и активное развитие бизнеса на Дальнем Востоке. И мы тоже стремимся в этом развитии поучаствовать: открыть дополнительные офисы, развить зоны компетенции. Сейчас мы начали работать с компаниями, являющимися резидентами территорий опережающего развития. Это действительно интересно. Такие компании серьезно поддерживаются государством, а это значит, что им проще будет вести свой бизнес и они захотят в большей степени воспользоваться необходимыми финансовыми услугами. И мы это прекрасно понимаем и готовы им подставить финансовое плечо. Такой крупный банк, как «Югра», не мог не заинтересоваться стратегией развития Дальнего Востока. Мы оцениваем потенциал региона как самый большой в стране. Поэтому до конца 2017 года банк «Югра» намерен открыть десять новых филиалов в Дальневосточном федеральном округе. Наши офисы появятся в Южно-Сахалинске, Хабаровске, Петропавловске-Камчатском, Благовещенске и Комсомольске-на-Амуре.

Также наш банк намерен к концу года расширить линейку корпоративных кредитов на 10 млрд руб., из которых 15–20% уйдет именно в Дальневосточный регион. Специально для местных предпринимателей, участвующих в госзаказах, мы подготовили продукт облегченного доступа к механизмам банковских гарантий. Еще одна опция в портфеле предложений — специальные условия кредитования малого и среднего бизнеса на Дальнем Востоке.

Помимо этого, учитывая близость Китая и Японии, наш банк планирует развивать международный сег-



мент в экономике этого региона. Сейчас разрабатывается специальная программа кредитования совместных российско-японских и российско-китайских проектов. Также планируем открытие расчетных счетов банка для операций в юанях.

Помимо Дальневосточного для нас традиционно приоритетным является Центральный федеральный округ. Несмотря на то что позиции банка «Югра» в центре очень сильны, в условиях высокой конкуренции мы стараемся их не ослаблять. Также есть определенный интерес к дальнейшему развитию в Северо-Западном округе (СЗФО): помимо Санкт-Петербурга и Ленинградской области там есть довольно энергичные регионы. В некоторых крупных городах СЗФО у нас пока нет собственных офисов. Но со стороны бизнес-сообщества и местных властей нам поступают предложения поработать в этих городах. И мы хотим пойти им навстречу, так как тоже видим там определенный потенциал для развития.

— Расскажите, на каком этапе было принято решение перенести головной офис банка в Москву? Почему вы решили сменить статус регионального банка?

— Действительно, не так давно «Югра» перенес головной офис в столицу. Но мы не хотим, чтобы нас теперь считали исключительно московским банком. Вообще физически наш головной офис находится в Москве уже 12 лет. Это был формальный перевод, который связан с тем, что основную часть операционной работы мы выполняем в столице. Сделано это было скорее для того, чтобы де-юре соответствовало де-факто. Наши позиции как были сильны в Сибирском, Уральском округах и в Приморье, так и остаются там сильными. Там нас воспринимают как свой, местный банк, и для нас это хорошо, потому что так мы получаем дополнительный элемент доверия со стороны клиентов в этих регионах. А перенос головного офиса никак не изменил политику банка, а факт, что зарегистрированы мы теперь в Москве, для клиентов несущественное изменение.

— Смена статуса дает вам какие-то дополнительные преимущества на рынке?

— Мы не получили от этого никаких преференций. И до смены статуса наш банк работал на всей территории страны и имел представительства во всех федеральных округах. У нас было довольно серьезное покрытие, и мы также могли обслуживать крупных клиентов, которые ведут бизнес сразу в нескольких регионах страны.

Вообще все крупные банки, которые входят в топ-100, и без официального статуса можно смело называть федеральными. А банк «Югра» по ключевым показателям уже

давно занимает прочное место в топ-30 российских кредитно-финансовых институтов.

— Известно, что вы планируете увеличивать основной капитал. Если да, то когда это может произойти и что эта процедура даст банку?

— Действительно, наш банк запустил процесс по увеличению уставного капитала на общую сумму, эквивалентную \$550,5 млн. Сейчас он равен 12,97 млрд руб. На первом этапе мы планируем увеличить уставный капитал на сумму около \$300 млн за счет конвертации субординируемых депозитов наших акционеров. Это произойдет, скорее всего, ближе к концу года. Все имеющиеся субординированные депозиты трансформируются в акции банка и станут имуществом, а не займом акционеров. Для акционеров это более выгодно с точки зрения владения имуществом. Банку эта процедура даст новые деньги. Новый уставный капитал — это всегда увеличение капитала в целом.

— Текущая операционная деятельность вашего банка имеет положительный финансовый результат. Расскажите, как удалось добиться таких показателей?

— Действительно, текущая операционная деятельность банка «Югра» имеет около 200 млн руб. прибыли. Есть три главные составляющие успеха. Первое: мы корректно следим за своими процентными доходами, и поэтому у нас был прирост в этом направлении. Второе: наши комиссионные доходы не сократились и остались на том же уровне. И третье: нам удалось существенно снизить текущие расходы банка.

— Как вы оцениваете процессы импортозамещения, идущие в России, и как ваш банк их поддерживает/планирует поддерживать?

— Несмотря на то что санкции со стороны Запада доставили нашей стране много неприятностей, они же дали определенный толчок к развитию в стране собственного производства самых разнообразных товаров. Несмотря на санкции, страна не осталась без продуктов питания. Наши предприниматели быстро научились производить сыры, молочные продукты, выращивать фрукты и овощи, которые по качеству ничуть не уступают импортным, а зачастую превосходят их.

Что касается импортозамещения в области производства какого-то сложного оборудования или разработки новых технологий, то эти направления у нас тоже развиваются и достаточно активно.

Оборонный комплекс страны, разные крупные компании, производящие машиностроительное оборудование, уже используют на своих производствах российские станки. И это, я считаю, большой плюс для страны. При импортозамеще-

нии деньги остаются внутри государства, увеличивается количество рабочих мест и растет спрос на отечественные товары. Мы работаем с некоторыми компаниями, которые входят в оборонный комплекс, в сферу машиностроения, с некрупными заводами, которые раньше являлись трейдерскими и все привозили из-за границы. Сейчас они открыли собственное производство и наращивают обороты. Мы довольно позитивно к этому относимся, понимая, что успешность этих проектов будет с большей степенью гарантирована ввиду того, что эта продукция будет пользоваться спросом. Поэтому мы видим смысл поддерживать эти компании на своем уровне. Некоторые нефтяные компании, которые у нас обслуживаются, тоже перешли на российский оборудование и ничуть не потеряли в качестве. Каких-то специальных программ по поддержке импортозамещения банк не запускал, но при рассмотрении заявок на кредиты от предприятий мы на это обращаем внимание. Если в компании есть потенциал в области импортозамещения, это дает существенный плюс при принятии решения о выдаче ей заемных средств.

— Как в целом себя сегодня чувствует крупный бизнес? Какие запросы у ваших корпоративных клиентов?

— Пожалуй, о любой компании можно сказать, что для нее самое главное — доступность и дешевизна ресурсов. Все клиенты хотят иметь быстрый доступ к средствам и при этом не слишком сильно за них в итоге переплачивать.

Сейчас процентные ставки по кредитам все еще остаются высокими. Не все отрасли экономики чувствуют себя хорошо, и мы считаем это дополнительным риском. Естественно, повышенный риск влечет за собой увеличение цены ресурса — мы просто вынуждены на это закладывать. Так происходит во всех банках России. В то же время крупные корпорации уже привыкли работать с кредитным плечом на этих условиях и в первую очередь сейчас обращают внимание на надежность банка. Они хотят быть уверенными в его экономической стабильности. Этого они ждут и от государства, в том числе хотят стабильности налоговой системы, ждут стабильности в экономике, когда они смогут написать бизнес-план на год и иметь возможность его выполнить.

— А что касается сегмента малого и среднего бизнеса — как там обстоят дела?

— Там сейчас сложилась интересная ситуация: молодое поколение, глядя на отрицательный опыт предшественников, не готово брать деньги в банках для масштабирования бизнеса или создания нового. И это проблема. Я считаю, что малому бизнесу не хватает поддержки. Владелец небольшого предприятия нужно снизить налоговое бремя и максимально облегчить условия кредитования. Нужна и лояльность со стороны местных властей, чиновников, которым стоит самим приходить к предпринимателям с вопросом: а чем же еще вам помочь?

— В вашем банке какой объем клиентов занимает малый и средний бизнес, а какой — крупный?

— Процентом 60 — это довольно крупные корпоративные клиенты, процентов 40 — это средний и малый бизнес. Совсем с малыми предприятиями, к сожалению, мы пока не работаем. Это связано с повышенным риском. Но мы понимаем, что в целом это довольно большой и перспективный рынок и в будущем планируем его охватить. В планы на развитие в 2017 году для себя закладываем потенциальную возможность роста данного сегмента.

— Расскажите, что у вас происходит в сфере розницы? Планируете расширяться в этом направлении?

— Мы больше работаем с бизнес-сегментом. Розница к нам приходит именно оттуда — это в основном сотрудники предприятий, которые обслуживаются у нас, участвуют в зарплатных проектах. Для них представляем дополнительные возможности получить потребительский кредит или сделать вклад на выгодных условиях. Люди также могут получить у нас ипотечный кредит на приобретение жилья. Мы всех наших розничных клиентов знаем: видим уровень стабильности сотрудника, знаем, где он работает, получаем, как обстоят дела у этого предприятия. С такими клиентами, конечно, нам легко работать. Если говорить в целом, то сегодня в России есть определенная доля закрежденности населения. Хотя это тоже одна из издержек роста потребительского спроса. Впрочем, когда лю-

ди могут купить стиральную машину в кредит и пользоваться ею два-три года, понемногу распахиваясь за покупку, это хорошо и тем, кто купил машинку, и тем, кто ее произвел. Поэтому действительно рост потребкредитования, в том числе ипотеки, мне кажется позитивным трендом. Но порой надо ограничивать людей в их желаниях купить все в кредит. Некоторым клиентам мы даем понять, чтобы они задумались, стоит ли им брать кредит, что с учетом возможных тенденций они, скорее всего, не смогут оплатить свои покупки. Иногда клиент с этим соглашается, иногда приходится ему просто отказывать в займе. Но в целом физические лица — это интересный сегмент, который в банковской сфере считается доходным, но в то же время несет определенный риск. Сейчас этот риск немножко снижается с учетом роста финансовой грамотности населения.

— Банк «Югра» одним из первых среди российских банков начал развивать отечественную платежную систему «Мир». Расскажите об этом подробнее.

— Да, мы заинтересованы в том, чтобы в России развивалась собственная платежная система. Перспективы у этой системы есть. Дело в том, что большая часть граждан России физически всегда находится внутри страны. По статистике не более 20% населения имеет возможность выезжать за пределы России. И оставшиеся 80% — это и есть потенциальные пользователи системы «Мир». Сегодня все они являются держателями карт международных платежных систем, но как таковым сервисом международной платежной системы они не пользуются. Поэтому здесь развитие собственной сети — правильное решение. Мы в этом крайне заинтересованы и стараемся всячески популяризировать «Мир».

Сейчас мы подписали соглашение с Национальной системой платежных карт и Ночной хоккейной лигой об использовании таких карт, привязанных к российской платежной системе. Карта будет иметь не только платежный функционал, на ней будет сохранен так называемый паспорт хоккеиста. При выходе на лед эта карта будет идентифицировать игрока. Вообще в течение двух-трех месяцев банк будет выпущено порядка 20 тыс. карт.

— С какими трудностями столкнулся или сталкивается сейчас банк при запуске и продвижении этой системы?

— Я не сказал бы, что были или есть какие-то трудности. Пока все идет по плану. Я вижу, что эта платежная система может стать одним из самых перспективных и новых продуктов, возможно, даже лучше уже существующих аналогов. Многие платежные системы выстраивались десятилетиями, а у нас еще не так много времени прошло. Пока существенного спроса на систему, может быть, нет, но я думаю, что через год-два ее проникновение будет очень существенным.

— Видит ли ваш банк перспективу в развитии небанковских услуг, например инструментов фондового рынка?

— VIP-клиентам мы давно предлагаем возможность привлечения и вложения средств в различные финансовые инструменты, например государственные облигации или облигации госкорпораций. Но опять-таки мы советуем вести себя в этом направлении взвешенно, наименее рискованно. Клиентам показываем модели, которые дают неплохой финансовый результат, но при наименьшем риске.

— На 2017 год вы строите планы уже с учетом, что будут позитивные изменения в экономике?

— Да, конечно. У нас оптимистичная настрой. Понятно, что стратегия развития может перерабатываться в зависимости от внешних экономических факторов. Завтра может случиться что-то сверхестественно хорошее — например, цена за баррель нефти достигнет \$120, но может быть и наоборот — цена на нефть существенно опустится относительно даже текущих показателей. Поэтому наши дальнейшие планы могут корректироваться с учетом реалий. Главное, что мы твердо можем сказать сегодня: что бы ни происходило, мы со своей стороны как банк будем действовать точно и аккуратно, чтобы наши клиенты могли чувствовать себя максимально уверенно. Мы с осторожным оптимизмом смотрим в 2017 год и надеемся, что ситуация в экономике стабилизируется и позволит бизнесу наших клиентов развиваться. А мы их в этом поддержим.

Кира Васильева

