

пы и ряде стран Азии. Они отличаются по формам собственности и спектру предоставляемых услуг, принципам взаимодействия с почтой, но имеют общую черту — используют для доступа к клиентам разветвленную сеть почтовых отделений. Важна максимальная доступность отделений. Успешные почтовые банки Бразилии, Италии и Японии предоставляют свои услуги в большинстве отделений почтовых компаний, обеспечивая доступ к банкингу во всех регионах страны.

Отличительными чертами почтовых банков являются также доступность услуг по сравнению с традиционными коммерческими банками и патронаж со стороны государства. Именно государство сыграло определяющую роль в становлении почтовых банков. Что объяснимо: развивая почтовые финансовые услуги, власти получали доступ к дешевым деньгам — сбережения населения в почтовых банках, как правило, инвестируются в госбумаги — и использовали их для решения социальных и экономических проблем. Один из последних примеров: часть поступлений от удачного размещения акций Почтовой корпорации Японии, в структуре которой есть почтовый банк, власти страны планировали направить на устранение последствий цунами.

По большому счету, сегодня можно выделить два типа почтовых банков: независимый и зависимый. В первом случае банк возникает внутри почтовой группы как самостоятельная единица путем выделения бизнеса (почтой накоплен достаточный опыт финансовых операций с населением) либо через покупку коммерческого банка и подстраивание его под свои нужды. Тем не менее банк разрабатывает собственную стратегию и проводит независимую коммерческую политику. Независимой модели придерживаются во Франции, Германии, Великобритании и Японии.

Модель зависимого почтового банка предусматривает создание почтой и коммерческим банком дочерней структуры, распределение ее капитала между партнерами и заключение эксклюзивного соглашения о сотрудничестве. Как правило, почта является пассивным партнером, а стратегию и распределение маржи и комиссионных осуществляет банк. По модели зависимого банка пошли, например, в Бельгии и Испании. По этой модели создан и российский Почта-банк: его акции поделены между дочерней ком-



НИКОЛАЙ ПОДГУЗОВ,
генеральный директор
ФГУП «Почта России»

«Грамотное использование инфраструктурных возможностей „Почты России“ и компетенция Почта-банка позволяют значительно повысить доступность финансовых услуг на всей территории нашей страны. Успешное развитие банка способствует повышению качества жизни россиян в удаленных территориях. Я уверен, что вместе у нас есть все, чтобы решить стоящую перед нами задачу по построению крупнейшего розничного банка в России. Кроме того, оказание банковских услуг в почтовых окнах является дополнительным источником заработка для сотрудников „Почты России“, а также повышает эффективность использования почтовой инфраструктуры».

панией Почты России и ВТБ. «Если честно, мы структуру почтового банка придумали исходя из жизненного и профессионального опыта», — рассказывает Дмитрий Руденко.

И наконец, почта может и не создавать свой банк, не выделять банковские услуги в отдельный бизнес, а развивать своими силами внутри компании или работать сразу с несколькими розничными структурами, предлагая на своей территории их продукты, выступая их агентом и зарабатывая на комиссионных услугах. Такая модель распространена в большинстве стран Центральной и Восточной Европы, по ней работает Почта Австралии.

Создание в России почтового банка эксперты считают своевременным. По данным Всемирного банка, уровень проникновения услуг банков в РФ низок даже по сравнению с другими развивающимися экономика-



ВЛАДИМИР ВАСИЛЬЕВ,
глава Республики Дагестан

«Дагестан — страна гор, в республике много горных и высокогорных труднодоступных районов. Первостепенная задача — сделать так, чтобы жителям этих сел также были доступны блага цивилизации, в том числе современные финансовые сервисы. И в этом нам очень помогает Почта-банк. В условиях, когда многие банки, оптимизируя расходы, сократили свои отделения, не заботясь о людях, Почта-банк, напротив, увеличивает количество точек обслуживания в республике. А это значит, что жители могут рядом с домом снять или положить деньги, сделать перевод, получать пенсионные платежи и многое другое. Будем поддерживать тех, кто использует современные подходы, создает удобные условия для людей и уменьшает дополнительные расходы».

ми — 48 против 56% в Бразилии и 64% в Китае. Кроме того, ожидаемый рост спроса на финансовые услуги в будущем будет только увеличивать привлекательность конкурентоспособных банковских решений.

Перспективы развития

Российский Почта-банк, как и его мировые аналоги, останавливаться на достигнутом не намерен. В основе стратегии Почта-банка лежит эффективная и масштабируемая low-cost модель, которая, по замыслу создателей, позволит ему стать одним из крупнейших транзакционно-кредитных банков в стране для физических лиц и малого бизнеса с высокой эффективностью бизнеса за счет оптимизации и сокращения расходов на сеть. Стратегическая цель Почта-банка — за пять лет войти в число лидеров рынка по масштабу лояльной клиентской базы за счет



АЛЕКСАНДР КОЗЛОВ,
министр Российской Федерации
по развитию Дальнего Востока

«Почта-банк взял на себя очень важную и сложную социальную миссию — создание равной доступности банковских услуг независимо от того, живет человек в городе или сельской местности. Для Дальнего Востока с его отдаленными территориями и климатическими особенностями это очень острый вопрос. Не менее важно, что банк активно развивает не только физическую доступность отделений, но и дистанционные каналы обслуживания населения, что дает возможность пользоваться современными банковскими сервисами в любом уголке нашей страны».

удобства, надежности и технологичности услуг. Справедливости ради нужно отметить, что пока банк неплохо справляется с этой амбициозной задачей. Всего за три года работы он буквально ворвался в различные рейтинги и таблицы и уверенно теснит многих конкурентов. Без преувеличения можно сказать, что в прошлом году он стал самым быстрорастущим банком в России. При этом почти во всех сегментах банк рос быстрее рынка и многих его участников.

Сейчас после периода активного роста Почта-банк переходит к этапу интенсивного развития, который предполагает повышение эффективности действующих точек, рост продаж в существующих каналах, прирост клиентской базы, освоение новых сегментов, каналов продаж и технологий. «Дальнейший успех банка будет зависеть от того, насколько простыми и доступными будут его продукты на высококонкурентном банковском рынке, сможет ли он конкурировать с крупнейшими банками по скорости, технологичности, поскольку сейчас люди ценят время», — отмечает аналитик ГК „Алор“ Алексей Антоненко. — Немаловажную роль будет играть также развитие и модернизация самой Почты России, на базе которой построена сеть банка, а также готовность населения продолжать жить в глубинке». ●

ДИНАМИКА ПОЧТА-БАНКА В РЭНКИНГАХ

ПОКАЗАТЕЛЬ	2016	2017	2018
АКТИВЫ (ПО ДАННЫМ «БАНКИ.РУ»)	55 МЕСТО	38 МЕСТО	27 МЕСТО
РОЗНИЧНЫЙ КРЕДИТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ (ПО ДАННЫМ FRG)	13 МЕСТО	8 МЕСТО	6 МЕСТО
ПОРТФЕЛЬ КРЕДИТОВ НАЛИЧНЫМИ (ПО ДАННЫМ FRG)	6 МЕСТО	5 МЕСТО	3 МЕСТО
ПОРТФЕЛЬ POS-КРЕДИТОВ (ПО ДАННЫМ FRG)	6 МЕСТО	4 МЕСТО	3 МЕСТО
ПОРТФЕЛЬ КРЕДИТНЫХ КАРТ (ПО ДАННЫМ FRG)	21 МЕСТО	15 МЕСТО	14 МЕСТО
ПОРТФЕЛЬ СРОЧНЫХ ВКЛАДОВ (ПО ДАННЫМ FRG)	61 МЕСТО	22 МЕСТО	11 МЕСТО
КОЛИЧЕСТВО ВЫДАННЫХ КАРТ*	1 073 089 ШТ.	3 454 052 ШТ.	5 011 931 ШТ.

* По данным банка.