

## Анкета БДМ

# ЧТО ДИКТУЕТ СИТУАЦИЯ?

СЛУХИ О КОНЧИНЕ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА всё-таки сильно преувеличены. Большинство компаний МСБ, безусловно, испытывает трудности, как и прочие отечественные экономические агенты. Тем не менее часть из них (хочется надеяться, что существенная) как-то держится на плаву.

Как в ходе кризиса изменились отношения банков и клиентов из сегмента МСБ? Выработались ли какие-то новые алгоритмы, модели общения?

**1** Продолжающаяся зачистка банковского сектора стимулировала миграцию компаний МСБ в более «надёжные», по их представлениям, банки (обычно с государственным участием), у которых «лицензию точно не отнимут». Подтверждают ли опыт вашего банка, ваши наблюдения за рынком эту тенденцию — восстановление интереса крупных банков к МСБ, перетягивание клиентов?

**2** Удалось ли вашему банку удержать клиентов из сегмента МСБ? Если да, то за счёт какой политики? Появились ли за время кризиса новые клиенты этого сектора? Из каких они сфер бизнеса?

**3** Один из главных запросов компаний МСБ к банку — кредитные ресурсы. Общий тренд корпоративного кредитования, судя по консолидированной статистике ЦБ, — уход в минус. В полной ли мере вписываются в этот тренд отношения с заёмщиками из категории МСБ, или, может быть, клиенты этого сегмента формируют некий контр-тренд и кредиты для них более доступны, нежели для более крупных компаний? Если «кредитное окно» вашего банка не закрыто для клиентов МСБ, то какие условия кредитования сейчас являются наиболее рабочими?

**4** Появились ли в вашем банке в последнее время какие-то новые опции расчётно-кассового обслуживания, предназначенные именно для клиентов МСБ? Если да, то какие?

**5** До кризиса были популярны различные матричные схемы работы банков с МСБ, к примеру, те же «кредитные фабрики». Целесообразно ли сейчас разрабатывать и внедрять некие обобщённые модели работы банков с МСБ, или более актуален индивидуальный подход?

## «МИГРАЦИЯ» НЕ КРИТИЧНА

**1** В большей степени миграция происходит не за счёт целенаправленного перетягивания клиентов крупными банками вследствие восстановления их интереса к малому и среднему бизнесу, а за счёт благоприятных для этого факторов внутренней политики. К ним действительно относятся мероприятия по оздоровлению банковской системы с массовым отзывом лицензий у коммерческих банков, вследствие которых многие клиенты выбирают банки с госучастием для минимизации своих рисков. Кроме того, всё более ужесточаются требования к капиталу банков для целого ряда видов деятельности. Например, востребованной услугой является предоставление банковских гарантий под обеспечение государственных контрактов. При этом подрядчиками по государственным контрактам часто являются компании МСБ. Раньше, обслуживаясь в небольшом коммерческом банке, такие подрядчики получали банковскую гарантию «на месте». Теперь же сам банк вынужден давать клиенту совет обратиться к более крупному своему конкуренту. Требования законодательства в отношении государственных денег диктуются необходимостью их сохранения и являются объективными. Таким образом, небольшим банкам приходится терять некоторое количество клиентов, а вместе с тем и доходов, но — в рамках реализуемых на государственном уровне глобальных целей.

**2** Миграция компаний МСБ в крупные банки незначительно затронула ОРГБАНК, поскольку наши взаимоотношения с основным пулом клиентов проверены не просто годами — часто история сотрудничества насчитывает один-два десятка лет, в этой стабильности и состоит основной механизм удержания клиентов. И даже если по каким-то причинам наши контрагенты открывают счета в крупных банках с госучастием, то обычно сохраняют при этом работающий счёт в ОРГБАНКЕ. Однако последствия кризисных явлений мы, конечно, наблюдали. При анализе работы предприятий МСБ в банке было выявлено уменьшение средних остатков на их счетах. Опрос клиентов показал, что в львиной доле случаев причина оказалась сугубо «кризисной»: уменьшение объёма работ, выполняемых предприятиями МСБ, сворачивание бизнеса и, как следствие, уменьшение выручки и остатков на счетах.



**Елена ГРАБАРЁВА**

Директор департамента корпоративного бизнеса  
МБО «ОРГБАНК» (ООО)

Новые клиенты у нас появляются постоянно, наша обычная работа — их привлечение и обслуживание. Что касается сфер бизнеса, то присвоенные клиентам коды видов экономической деятельности говорят об огромном разнообразии направлений. Это недвижимость, транспорт, программное обеспечение, бухучёт и аудит, землеустройство, реклама, организация питания и многое другое. Традиционно лидирующая сфера бизнеса по количеству открытых счетов — торговля.

**3** Кредитная политика ОРГБАНКА многие годы строится на минимизации рисков и предусматривает полное обеспечение кредитов. В качестве обеспечения принимаются только высоколиквидные залоги. Исходя из этого, банк не сегментирует клиентов при выдаче кредитов,

так как принадлежность их к той или иной категории, в том числе к предприятиям МСБ, не играет роли при принятии решения. Оптимальной ставкой на настоящий момент мы считаем 15% годовых для кредитов со сроками погашения до года.

**4** В кризисное время небольшим компаниям приходится изыскивать ресурсы, но обычна и обратная ситуация: возникают остатки на счетах, которые могут быть востребованы и потому не размещаются в депозит. При этом для клиента нецелесообразно оставлять деньги «неработающими». Для решения таких задач мы ввели новую услугу, суть которой заключается в том, что клиент, понимая размер и сроки размещения на расчётном счёте временно невостребованных сумм, заключает соглашение с банком о начислении на них процентов. В случае же срочной необходимости использования этих денежных средств клиент может ими пользоваться без расторжения

соглашения. Если условия соглашения соблюдены по сумме и сроку, банк выплачивает проценты, если нет — клиент работает с денежными средствами в обычном режиме расчётного счёта.

**5** Для крупных банков с огромными массивами клиентов весьма актуальна максимальная скорость и автоматизация процедур рассмотрения заявок, оценки финансового состояния заёмщика, выдачи кредитов. Важна в этом случае и разработка стандартных условий. Небольшие банки в текущей ситуации настроены на индивидуальный подход — прежде всего потому, что их риски не распределены на достаточную выборку заёмщиков. Кроме того, выстраивание технологии «фабрики» требует вложений, что нецелесообразно на небольших объёмах задач. Принцип тот же, что и при пошиве костюмов: производство тысячи штук требует закупки станков, а 30 костюмов может сшить и портной по индивидуальной мерке, причём получится элегантней. ■



**Максим СВЕТОВЦЕВ**  
Начальник управления по развитию малого и среднего бизнеса ОТП Банка

## И ПОТОК, И ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

**1** Действительно, времена, когда крупные банки ориентировались исключительно на кредитование клиентов, а расчётные счета клиентам открывались просто на «входящем потоке», прошли. Теперь каждый крупный банк, работающий с клиентами малого бизнеса, ищет пути привлечения клиентов на РКО. Совершенствуются сайты банков, где можно оставить заявку, появляются услуги по быстрому открытию расчётных счетов, внедряются услуги по открытию счетов без посещения банка, предлагаются небанковские сервисы для клиентов, такие как бухгалтерия, ассистент, юридические услуги и т.д.

**2** В период кризиса мы, как и другие банки, пересмотрели подходы к привлечению клиентов. Диверсифицировали каналы привлечения: помимо продаж через отделения банка, клиентов привлекаем через Интернет. Увеличили количество предлагаемых продуктов, скорость и удобство их получения клиентами. Всё это позволило увеличить количество привлекаемых клиентов малого бизнеса в 2–3 раза по сравнению с докризисным периодом. А вот распределение клиентов по сферам деятельности не претерпело изменений: большинство клиентов — из сферы торговли.

**4** В соответствии с трендами развития рынка в ОТП Банке было внедрено онлайн-резервирование расчётного счёта, пакеты РКО, небанковские сервисы для малого бизнеса: бухгалтерия и юридические услуги. Планируется внедрение мобильного банка, который позволит клиентам управлять финансами из любой точки мира.

**5** Если банк ставит перед собой цель развивать работу с малым бизнесом, в любом случае необходимо внедрять потоковые дешёвые процессы. Но должны также присутствовать формализованные процедуры применения индивидуального подхода, чтобы иметь возможность привлекать или удерживать определённых клиентов. ■

# БИЗНЕСУ НЕ ХВАТАЕТ УВЕРЕННОСТИ

**1** Особенность момента в том, что сейчас действительно растёт интерес банков именно к малому и среднему бизнесу, так как его доля на рынке в разы превышает долю корпоративного сегмента.

Миграция клиентов МСБ из малых банков в крупные и более надёжные, с точки зрения предпринимателей, не носит пока настолько широкомасштабного характера, чтобы «обескровить» кредитные организации за пределами первого круга. Хотя наш банк — крупнейший частный банк страны — действительно ощутил приток клиентов из сегмента МСБ. Аналогичные процессы происходили и раньше — как только экономика начинала тормозиться и падать, а в общественном лексиконе прочно утверждалось слово «кризис». В этот раз миграцию дополнительно простимулировал массовый отзыв банковских лицензий. Желание малых и средних предпринимателей обезопасить себя вполне объяснимо, если учесть, что средства на их счетах не застрахованы государством и было достаточно прецедентов их зависания или полной потери после ликвидации банков. Оставшись без средств, компании не могут рассчитаться по контрактам, заключить новые договоры с контрагентами, выплатить зарплату работникам и т.д., что может и их привести к банкротству вслед за «почившим» банком.

**2** В Муниципальный филиал банка «Открытие» за 2016 год пришли на обслуживание более 6 тысяч новых клиентов — представителей малого бизнеса, работающих преимущественно в сферах производства, торговли, услуг. Ещё около тысячи — в I квартале нынешнего года.

Причиной роста клиентской базы, который мы продолжаем наблюдать, стала совокупность факторов: надёжность банка, его готовность профессионально решить в режиме «одного окна» финансовые вопросы, связанные с деятельностью компаний, оптимальные тарифы, прогрессивные технологии, стремление учитывать специфику бизнеса клиента и предлагать ему индивидуальные решения, обеспечивать качественный сервис. Владельцы бизнеса небольшого масштаба зачастую не обладают необходимыми финансовыми компетенциями,



**Андрей СМИРНОВ**

Вице-президент, директор Сибирской региональной дирекции банка «Открытие»

поэтому для них ценна также финансово-юридическая консультационная поддержка и качественная экспертиза со стороны банка.

Прирост клиентской базы и увеличение объёмов бизнеса клиентов из сегмента МСБ как раз и можно считать интегральным показателем соответствия банка этим критериям.

Важно отметить, что предприниматели, вынужденные в силу сложившейся ситуации менять банк на более крупный, опасаются утратить лояльное, персонализированное отношение к себе, которое всегда было характерно для небольших кредитных организаций. Контраст при переходе может быть разительным, а для перспектив бизнеса — даже критичным. Поэтому способность удовлетворить

названным требованиям клиентов МСБ будет, на наш взгляд, одним из главных конкурентных преимуществ для кредитных организаций, которые хотели бы закрепиться в этой нише и нарастить свою долю.

**3** В первой половине прошлого года трафик потенциальных заёмщиков сильно поредел, и, хотя в 2017 году тренд на оживление деловой активности всё более очевиден, объёмы финансирования бизнеса в целом по системе роста не демонстрируют. Кредиты по льготным ставкам доступны только компаниям с высокотехнологичными и импортозамещающими проектами по ограниченному кругу отраслей. Основная же масса предпринимателей сегмента МСБ работает преимущественно в сфере торговли и услуг и нуждается в средствах прежде всего на пополнение оборотных средств или рефинансирование ранее взятых кредитов.

Если не брать во внимание кредиты, выдаваемые при участии институтов государственной поддержки бизнеса, и эксклюзивные предложения банков, то средняя рыночная ставка по кредитам составляет в настоящее время 14,5–15%. И это уже далеко не драконовские 25–30% периода острой фазы кризиса. Аналогичные условия мы предлагаем своим клиентам.

На наш взгляд, небольшие компании имеют больше шансов получить банковский кредит в силу присутствующих у них особенностей: мобильности, что позволяет при ухудшении рыночной конъюнктуры сменить профиль деятельности (производство, торговля, сдача недвижимости в аренду и т.д.), диверсифицированности каналов сбыта, ликвидности активов, отсутствии бюрократии и независимости от головных структур при принятии решений.

Несмотря на то что банки практикуют достаточно жёсткий подход к обеспеченности сделок и финансовому состоянию заёмщиков, кредиты для бизнеса сейчас нельзя назвать недоступными. Другое дело, что тренд, обозначившийся в острую фазу кризиса, — стремление большей части предпринимателей вести свою деятельность с опорой только на собственные ресурсы — продолжает сохраняться. Неуверенность в будущем (неясные перспективы роста платёжеспособного спроса, планируемые новации в части налогообложения и т.д.) является фактором, сдерживающим выход из кредитной паузы. В 2017 году этот фактор будет всё ещё сильным. Его влияние будет слабеть по мере улучшения экономического фона, и динамика деловой активности бизнеса будет адекватна скорости подъёма экономики «со дна». ■



**Вячеслав ПОЛИТЫКИН**  
Коммерческий директор  
региона «Москва Юг»  
ЮниКредит Банка

## КЛИЕНТЫ ВЫБИРАЮТ НАДЁЖНОСТЬ

**1** Тенденция переориентации клиентов на выбор более надёжного партнёра, безусловно, заметна. Мы можем сказать об этом по собственному опыту, поскольку клиенты выделяют нашу кредитную организацию. ЮниКредит Банк является одним из самых надёжных на территории России — мы заняли 2-е место в рейтинге журнала Forbes. При этом интерес к сегменту малого и среднего бизнеса у банка всегда был высоким. На текущий момент количество клиентов, открывающих счета в центральном регионе банка, увеличилось в 1,5–2 раза в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Выбор в нашу пользу делается также за счёт того, что мы предлагаем полный спектр необходимых услуг для поддержки и развития МСБ: от расчётно-кассовых и сберегательных до кредитов на закрытие как кассовых разрывов, так и крупных инвестиционных потребностей.

**4** Наш банк на постоянной основе анализирует потребности клиента и формирует предложения, которые могут быть полезными для любой компании. Одним из последних нововведений, для поддержки бизнеса в рамках переоснащения контрольно-кассовой техники по новому порядку 54-ФЗ, является акция, по условиям которой мы компенсируем затраты на приобретение ККТ в размере от 30 до 90 тысяч рублей всем новым клиентам из сегмента МСБ. Любой клиент, пришедший к нам на обслуживание (на пакеты финансовых услуг «Бизнес», «Розничный», «Максимум» или «Безграничный»), может воспользоваться нашим предложением. При этом мы не берём дополнительных комиссий, не повышаем стоимость обслуживания для таких клиентов — всё на стандартных, действующих в банке условиях. ■



# СПРОС НА КРЕДИТЫ УВЕРЕННО РАСТЁТ

**1** В сложившейся экономической ситуации на первый план при выборе банка выходят такие факторы, как его надёжность и финансовая устойчивость. Что касается рынка в целом, то сегодня мы наблюдаем перераспределение в пользу более крупных и надёжных игроков. Отметим, что Росбанк входит в Топ-3 самых надёжных банков по версии журнала Forbes, а также включён Банком России в перечень из 10 системно значимых кредитных организаций России. И эти факты, безусловно, подтверждают нашу надёжность и повышают интерес клиентов к продуктам банка.

В целом мы делаем большую ставку на привлечение новых клиентов, увеличение нашей клиентской базы. К концу 2020 года мы поставили перед собой амбициозную задачу — увеличить число клиентов малого бизнеса более чем в 2 раза.

**2** В целом — да. Мы сравниваем динамику клиентской базы малого бизнеса в нашем банке с другими лидерами рынка и видим, что отток клиентов в этом сегменте находится на более низком уровне, чем у других банков, что говорит о качестве работы наших специалистов с клиентами. Хотя в этом направлении предстоит ещё многое сделать: именно качество работы с клиентами (в широком смысле я включаю сюда также качество нашего продуктового предложения) — основной инструмент для удержания клиентов. Что касается клиентов из новых секторов, мы и теперь, и раньше работали со всеми отраслями. Традиционно более половины представителей малого бизнеса у нас и на рынке в целом — торговые предприятия.

Изменения в последние годы можно заметить, пожалуй, только в составе кредитующихся клиентов — доля производителей отечественной продукции поэтапно растёт на фоне импортозамещения и контрсанкций.

**3** Начиная со второго полугодия 2016 года мы отмечаем уверенный рост спроса на кредитные средства со стороны предпринимателей. Благодаря проведённой в течение 2016 года работе, в том числе улучшению условий кредитования, применению



**Максим ЛУКЬЯНОВИЧ**

Директор департамента по работе с малым бизнесом и предпринимателями Росбанка

индивидуального подхода к клиентам, внедрению новых востребованных кредитных продуктов, объём кредитования компаний малого бизнеса в 2016 году вырос более чем в 2,5 раза.

Сегодня мы предлагаем клиентам широкий выбор кредитных решений: оборотный инвестиционный и оборотный кредиты, овердрафт, коммерческую ипотеку и автокредит для бизнеса. В конце 2016-го продуктивное предложение банка пополнил кредит «Рефинансирование», теперь предприниматели могут рефинансировать в Росбанке текущую задолженность по кредитам, оформленным в других банках по более низким ставкам.

**4** Мы постоянно работаем над продуктовым предложением и стремимся сделать его максимально привлекательным и доступным для широкого круга предпринимателей. Например, с декабря прошлого года клиенты малого бизнеса и предприниматели могут оформить корпоративную банковскую карту «Мобильная касса». Это локальная карта для внесения и снятия наличных

в банкоматах Росбанка. Она отлично подходит для предпринимателей, которые регулярно пополняют свой расчётный счёт, например, вносят торговую выручку. С её помощью клиенты могут мгновенно пополнить расчётный счёт компании или снять наличные без очереди и чековой книжки, находясь в любом месте, где есть банкомат Росбанка.



**Аскер ЕНИКЕЕВ**  
Заместитель  
председателя правления  
РОСГОССТРАХ БАНКА

## ДИВЕРСИФИКАЦИЯ — НАШЕ ВСЁ

**1** Действительно, можно говорить о том, что клиенты сегмента МСБ — достаточно уязвимая категория, когда речь идёт о сбоях в работе банков. Мне известно много случаев, когда конкретные владельцы предприятий вместе с отзывом лицензии обслуживающего банка не только теряли деньги на счетах и даже бизнес, но и приобретали изрядное количество проблем с контрагентами в связи с этим. Разумеется, это не может не сказываться на перераспределении клиентов сегмента МСБ по банкам.

Вместе с тем нельзя говорить о том, что все компании МСБ вдруг ринулись в банки с госучастием. Сегодня предприниматели не «кладут все яйца в одну корзину», а открывают несколько счетов в понятных для них банках с целью снижения рисков. И это правильный подход в организации финансовых потоков, расчётов и платежей. Кстати, крупные корпоративные клиенты тоже применяют диверсификацию в целях оптимизации финансовых потоков компании, покупают разные услуги у разных банков с наибольшей выгодой для себя. Так что сегодня диверсификация — наше всё.

**2** Среди основных задач банка — не просто удержание, но и наращивание клиентской базы в сегменте МСБ, прежде всего по направлениям расчётно-кассового обслуживания и зарплатных проектов.

**3** Многие банки готовы предоставлять кредитные ресурсы компаниям с хорошим финансовым состоянием, наличием залога (полностью или частично покрывающего размер кредита), а также наличием поручительств бенефициаров бизнеса. Ставка при этом обсуждается индивидуально, в зависимости от нескольких факторов.

Потенциал МСБ не освоен в нашей стране даже на четверть. Но с учётом финансирования малого бизнеса — это всё-таки не банковская история, а инвестиционная, где большую роль играют специальные фонды, учреждённые как государством, так и частными инвесторами.

**4** Мы постоянно внедряем новые формы работы с клиентами различных форматов. Для клиентов МСБ у нас разработаны пакетные предложения. При открытии расчётного счёта клиент выбирает необходимый пакет услуг с определённым тарифом на расчётно-кассовое обслуживание. Тарифы включают в себя плату за ежемесячное обслуживание, а также определённое количество операций, которые клиент может осуществлять бесплатно или с существенной скидкой.

В настоящий момент банк предлагает пять тарифных планов для клиентов сегмента МСБ: «Начало», «Развитие», «Приумножение», «Зарплатный» и «Международный». Тарифный план позволяет клиенту выбрать от 10 до 30 бесплатных платёжных поручений в месяц. Также увеличивается льготный объём ежемесячных кассовых операций — от 80 до 200 тысяч рублей. Клиент самостоятельно выбирает опции, ►

**5** До декабря 2014-го в Росбанке действовали и были весьма востребованными беззалоговые программы экспресс-кредитования для собственников бизнеса. Именно по этим «кредитным фабрикам» кризис 2014–2015 годов ударил в первую очередь. Практически все банки столкнулись со значительным ухудшением кредитного портфеля. После кризиса наш основной фокус

сместился на менее рискованные кредиты, чаще всего предусматривающие залоговое обеспечение и основанные на индивидуальной оценке бизнеса предпринимателей. Мы также сместили акценты работы подразделений продаж: вместе с задачей по объёмам выдач кредитов был добавлен не менее важный фокус на качество кредитного портфеля. ■■

▶ которые будет чаще всего использовать, и получает экономию от РКО. Данное тарифное предложение позволяет банку сегментировать клиентов и в дальнейшем предлагать дополнительные банковские услуги.

**5** На мой взгляд, «кредитные фабрики» — не самый удачный эксперимент даже для докризисного рынка кредитования МСБ. И многие банки, которые работали по такой модели, от неё отказались.

Однако дело не только в самой идее «кредитных фабрик», а в подходах и методах реализации идеи на практике. Чтобы зарабатывать в сегменте кредитования МСБ, нужны сравнительно большие и качественные портфели. Индивидуальный подход к клиентам МСБ — довольно дорогое удовольствие для банков, а унификация процессов — вопрос экономической целесообразности (снижения издержек, доходности портфеля). В связи с этим «кредитные фабрики» (или их аналоги) решают задачу создания портфеля с наименьшими операционными затратами. Но важно сделать так, чтобы при этом они решали и проблему минимизации кредитных рисков. И сегодня это одна из насущных задач в этой области. ■■



Совет по профессиональным  
квалификациям финансового рынка  
Ассоциация участников финансового рынка

Приглашаем  
принять участие  
в нашей работе

[www.asprof.ru](http://www.asprof.ru)

Профессиональные стандарты  
Образовательные программы  
Оценка квалификаций







**Сергей КОЗЛОВ**  
Заместитель  
председателя правления  
СДМ-Банка, директор  
кредитного департамента

## «КРЕДИТНОЕ ОКНО» НЕ ЗАКРЫВАЕТСЯ

**3** Учитывая стагнацию кредитного рынка и накопленный высокий уровень «плохих» кредитов в целом по системе, многие банки занялись улучшением качества портфелей. Один из путей — увеличение портфеля за счёт качественных заёмщиков. Такой вопрос перед банками стоит всегда, но сейчас он наиболее актуален. Поэтому требования к новым заёмщикам ужесточаются. Кроме того, требования к прозрачности бизнесов также усиливаются, и не все, кто раньше проходил отбор, пройдут его сейчас. В сегменте МСБ тренды те же, а уровень просрочки гораздо выше, чем в корпоративном сегменте.

Наш банк всегда ищет кредитоспособных клиентов, и «кредитное окно» не закрывается ни в стабильное, ни в кризисное время. Условия предоставления кредита — это стабильно работающий бизнес с понятными конкурентными преимуществами, наличие обеспечения. Ставки на уровне 14–18% годовых на текущий момент.

**5** «Кредитные фабрики» — это больше маркетинговый ход. Скоринговые системы при кредитовании бизнеса себя не пока не оправдывают, об этом свидетельствует высокий уровень просрочки в сегменте МСБ и тот факт, что банки от «кредитных фабрик» практически отказались. Если ты хочешь выстраивать с бизнесом долгосрочные отношения, то должен познакомиться с ним ближе, знать детально его потребности, проблемы. А это и есть индивидуальный подход. Но, конечно же, таким образом работать с большим количеством клиентов затратно. Часть процедур и процессов можно и нужно стандартизировать, поскольку все банки при кредитовании, наверное, больше чем на 80% делают одни и те же процедуры. ■

## ПЛАНИРУЕМ РОСТ

**С** декабря 2016-го по настоящее время отмечается положительная динамика предпринимательской активности. Об этом свидетельствует существенный рост объёмов кредитования по сравнению с аналогичным периодом 2016 года. В данном сегменте малого бизнеса мы отмечаем двукратный рост.

В качестве основных драйверов улучшения спроса можно выделить благоприятные условия для ряда отраслей, в первую очередь в импортозамещении, а также это связано с оптимистичными ожиданиями по динамике ВВП. Тем не менее наиболее значимым фактором в росте кредитования безусловно можно считать снижение ключевой ставки Банка России и, как следствие, снижение процентных ставок до уровня 12–14%.

Ранее банк ВТБ снижал ставки в среднем на 2,5 п.п. Кроме того, мы провели работу по пересмотру подхода к оценке рисков и сняли некоторые отраслевые ограничения. В текущем году прогнозируем рост совокупного кредитного портфеля на рынке МСБ примерно на уровне 3–5%. Банк ВТБ планирует вырасти не менее чем на 10–15%. При этом ключевым направлением для нас является развитие транзакционных услуг и привлечение клиентов на расчётно-кассовое обслуживание.

Банк ВТБ успешно совмещает преимущество банка с госучастием с удобством, гибкостью, широкой продуктовой линейкой и высоким уровнем сервиса, которые играют немаловажную роль для клиентов при выборе опорного банка. Именно поэтому количество наших клиентов постоянно растёт: за 2016 год количество активных клиентов малого бизнеса выросло на 25%. В текущем году планируем нарастить портфель ещё на 20–25%. ■



**Мигель МАРКАРЯНЦ**  
Вице-президент,  
руководитель  
департамента розничных  
продаж банка ВТБ

# ЧИСЛО КЛИЕНТОВ ПРИРАСТАЕТ

**1** Да, у нашего банка стабильная и лояльная клиентская база, что подтверждается нашими аналитическими отчётами: более 40% клиентов малого бизнеса «живут» в банке более пяти лет. Согласно опросу, который мы проводили среди наших клиентов-предпринимателей в начале 2017 года (в нём принимало участие более 1700 человек), большинство готовы рекомендовать Банк УРАЛСИБ своим друзьям и знакомым — предпринимателям в качестве финансового партнёра.

Сейчас у нас обслуживаются более 100 тысяч компаний из сегмента малого бизнеса. За прошлый год их число не только не сократилось, но и выросло на 10 тысяч предприятий. Наши стратегические планы оптимистичны и предполагают, что в течение 2017 года количество компаний малого бизнеса будет увеличено на 20%, а спустя три года у нас в базе планируется уже 150 тысяч малых компаний.

Банк постоянно совершенствует свою продуктовую линейку, предлагает новые и востребованные банковские и нефинансовые сервисы для малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей.

Кроме того, в конце марта мы запустили важный социальный проект для предпринимателей — Университет бизнеса, интернет-площадку для обучения. С его помощью представители бизнеса могут получать необходимые знания для старта и развития своего дела прямо на сайте банка в режиме онлайн.

В числе наших преподавателей — как профессиональные коучи, так и успешные бизнесмены, которые хотят поделиться своим опытом. При этом стать слушателями университета могут не только предприниматели, которые уже работают, но и те, кто только задумывается о собственном деле. Важное правило — обучение должно быть открыто для всех. Наши лекции могут слушать все, независимо от того, являются они клиентами нашего банка или нет, — достаточно зарегистрироваться.

В мае слушатели Университета бизнеса смогут узнать, как правильно занимать деньги на запуск или развитие бизнеса, оценить деятельность команды продаж, узнать о назначении и пользе CRM для бизнеса, а также освоить управленческий учёт за 50 минут.

**2** Мы ввели дополнительные опции для клиентов из сегмента малого бизнеса и для индивидуальных предпринимателей. Большой популярностью пользуется сервис онлайн-резервирования расчётного счёта. Чтобы получить номер расчётного счёта, достаточно зайти на сайт и запол-



**Екатерина МАЛАНДИЙ**

Руководитель департамента развития бизнеса и продаж Банка УРАЛСИБ

нить небольшую анкету. Уже через пять минут реквизиты счёта приходят на адрес электронной почты предпринимателя, и их можно использовать в документах. После открытия номер счёта не изменится.

Другая очень удобная для клиентов опция — сервис проверки контрагентов «Светофор», который позволяет бизнесменам просто и быстро проверить своих контрагентов через систему «Клиент-Банк».

В ближайшее время мы планируем запустить ещё ряд удобных сервисов, в числе которых — дистанционная регистрация индивидуальных предпринимателей и обществ с ограниченной ответственностью, а также выездной сервис.

Отмечу также акцию по расчётно-кассовому обслуживанию «Приведи партнёра» для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которая проходит в банке до 31 июля нынешнего года. Согласно условиям, действующие клиенты УРАЛСИБа получают месяц бесплатного расчётно-кассового обслуживания за каждого делового партнёра, приглашённого в банк. При этом компания или ИП, которые пришли в УРАЛСИБ по рекомендации действующего клиента, также получают специальные условия обслуживания. **УРАЛСИБ**