

www.kaspibank.kz, 03.05.2011

Михаил Ломтадзе: Все банки это делают, просто мы делаем это немного лучше



Председатель правления kaspi bank Михаил Ломтадзе встретился с представителями деловых СМИ и презентовал финансовые показатели банка по итогам 2010 года. В презентации банк был изображен в образе игрока американского футбола: сильный, активный, динамичный.

наименование игрока

kaspi bank

активы 2010

362 млрд.тенге

собственный капитал 2010

41,9 млрд.тенге

чистая прибыль 2010

2,2 млрд.тенге



Вашему вниманию предлагается выступление главы kaspi bank и его ответы на вопросы журналистов.

Михаил Ломтадзе:

Прирост наших активов составил 16%, а чистая прибыль - 2,2 миллиарда тенге. Основной капитал увеличился до 42 миллиардов тенге. Если говорить о том, за счет чего были достигнуты эти результаты, то в первую очередь - благодаря нашим клиентам.

За последние 12 месяцев наша клиентская база приросла на 500 тысяч клиентов. Это значит, что ежемесячно около 80 тысяч человек «приобретают» наши продукты и каждый месяц в наши отделения приходят около одного миллиона человек.

Все начинается с клиентов. Основная идеология нашего банка заключается в том, что все, что бы мы ни делали, мы делаем для клиентов.

Например, мы открываем отделения, потому что клиенты хотят, чтобы они были ближе к их работе или дому. Мы разрабатываем новые продукты, исходя из потребностей клиентов. На этой неделе мы запускаем новый потребительский кредит – «Евроремонт». Это целевой кредит на проведение ремонта, и он рассчитан на семейное действо, когда супруги вместе решают отремонтировать дом или квартиру. По этому кредиту снижена процентная ставка и будет увеличена сумма – до трех миллионов тенге. История этого продукта такова. Каждый пятый человек, который берет потребительский кредит, берет его на ремонт. Так почему бы не создать продукт, который удовлетворил бы эту потребность?

Основное конкурентное преимущество любого банка – уметь правильно выявлять потребности клиентов и удовлетворять их. Все наши цифры – это результат этой способности понимания клиента. Это измеритель того, насколько успешно мы работаем с ним.

К примеру, депозитная база по физическим лицам у нас приросла на 70%, сейчас у нас более 100 тысяч клиентов-вкладчиков. По этому показателю наш банк №1 среди казахстанских банков. Мы много думали над тем, что нужно клиентам. В итоге, мы создали всего один депозит с лучшими условиями. Клиенты приходят, оценивают этот единственный депозитный продукт и оценивают его преимущества. Сейчас наш депозит пользуется большой популярностью, следовательно, мы смогли правильно оценить потребности клиентов, и, как итог, приросли на 70% по депозитам в 2010 году.

О росте активов

Рост активов – это результат роста нашего бизнеса, это показатель, который является результатом нашей деятельности. Рост банковского сектора по активам около 4%, а мы приросли на 16%.

Важно отметить, что ликвидность банка составляет около 20% от активов. Наша цель, чтобы этот показатель был на уровне 15%. Слишком много денег тоже нехорошо для любого банка, думаю, многие наши сверхликвидные банки уже об этом говорят. К концу года ликвидность в Kaspi bank была выше на 5% нашего целевого ориентира. У нас предсказуемый бизнес, мы знаем, сколько клиентов обращаются к нам, поэтому нам сравнительно легко планировать. Никогда не было и не будет так, чтобы треть нашего баланса лежала в деньгах. С этой точки зрения у нас взвешенный баланс.

О росте филиальной сети

Это один из самых важных приоритетов. У нас так получается, что мы все время говорим о запуске ста новых отделений. В середине этого года у нас будет открыто сотое. В этом году мы должны открыть еще сто новых отделений, получается фактически, что мы открываем их каждые три дня в разных городах Казахстана. Мы хотим дать более широкому кругу наших клиентов воспользоваться продуктами банка. Сейчас наша сетка покрывает большую часть Казахстана. Мы верим в то, что на этом этапе развития клиентам нужны отделения, поэтому с начала этого года мы открыли уже более двадцати новых отделений. Эти отделения очень простые и стандартные. Вне зависимости от того, где вы обслуживаетесь, в любом городе, наши новые отделения стандартны по интерьеру, по внешнему виду и скоро будут стандартны по уровню обслуживания. Кстати, большая часть депозитов, которые мы привлекаем, были открыты в новых отделениях. Значит, клиентам больше нравится наш новый формат, поэтому львиная доля нашей сети в этом году будет состоять из новых отделений. И потом мы начнем ремонтировать и обновлять наши старые отделения. Сегодня наша сеть приближается к двумстам филиалам и отделениям.

О доходах

В любом бизнесе важно, чтобы доходы росли быстрее, чем расходы. Если это так, то можно говорить о том, что компания успешная, и чем быстрее растут доходы, тем она эффективней, прибыльнее и успешнее. У нас в 2010 году доходы приросли в три раза, а операционные расходы остались приблизительно на том же уровне, что и в 2009 году. В 2009 году наши операционные доходы составляли порядка пяти миллиардов тенге, в прошлом году – пятнадцати миллиардов тенге.

Наши расходы остались практически прежними, и это несмотря на то, что мы активно открывали отделения, нанимали персонал, активно продвигали наши продукты.

О планах на этот год

Мы делаем то же, что и раньше. Наша цель – это увеличение клиентской базы. За последние 12 месяцев она выросла у нас на 500 тысяч клиентов, а в этом году она вырастет немного больше, чем на 500 тысяч.

Мы запускаем новые продукты. На этой неделе стартует «Евроремонт», но будут еще и другие. Все, что мы запускаем, будет отличаться от того, что вы видели в банковском секторе Казахстана в целом. У нас есть идея запустить интернет-банкинг, и он будет отличаться от стандартных программ, с которыми люди привыкли работать. Даже в нем должна быть наша философия – работать с ним будет очень просто, легко, быстро. Это важные критерии, которым должны соответствовать все наши продукты и услуги.

Если мы отказываемся от какого-то продукта, то это значит, что его невозможно предоставить быстро и качественно. К примеру, ипотека. Точно в ближайшие два года мы не запустим ипотечный продукт. Ипотека – это сложный кредит, где конкурентными преимуществами являются только процентная ставка, сумма и больше ничего. В Макдональдсе невозможно получить стейк средней прожарки со шпинатом, потому что его приготовление занимает 30 минут. Наш банк с точки зрения такой аналогии похож на Макдональдс, мы выбрали направление, в котором реализуем нашу стратегию. Поэтому мы не будем предоставлять сложные продукты, только если не придумаем, как все-таки предоставить ипотечный кредит за 24 часа.

В этом году мы планируем более активно работать с юридическими лицами – корпоративным сектором и МСБ. Этим бизнесом последние три года мы активно не занимались, а в этом году решили, что пора. Думаю, что по результатам 2011 года доля этого бизнеса вырастет.

Рост активов, планируемый в этом году – 20-30%.

Агентство «Рейтерс»: Будете ли в этом году занимать деньги, выпускать евробонды? Сколько чистой прибыли вы планируете получить по итогам 2011 года и за счет чего, и насколько вы хотите нарастить свой кредитный портфель?

Мы будем привлекаться только тогда, когда капитал будет стоить дешевле. Никаких конкретных планов у нас нет. Ликвидность у нас достаточная, депозитная база растет ровно настолько, насколько нам нужно наращивать свой кредитный бизнес. Больших выплат по займам у нас нет, замещать ничего не нужно, рефинансировать тоже нечего, мы знаем, что в следующем месяце у нас появится еще 100 тысяч клиентов и знаем, сколько денег нам необходимо, чтобы обслужить их. У нас все предсказуемо.

Что касается прибыли в этом году, то мы никогда не даем своих прогнозов. Но по итогам первого квартала этого года, она составила порядка 1,5 миллиарда тенге, то есть это почти 80% прибыли всего прошлого года. С точки зрения получения прибыли мы хорошо развиваемся и показываем хорошую динамику. Самое главное – наши продукты пользуются успехом, и мы получаем от клиентов обратную связь, чтобы запускать еще более интересные продукты.

Прогноз по ссудному портфелю – приблизительно – он будет расти, как активы, то есть на 20-30%.

Газета «Республика»: Первый месяц нет регулятора, который мы так любили. Какие-то изменения произошли для банка? Стало меньше отчетности? И второй вопрос – по дочерней страховой компании «АМСГ». Она лидер по прибыли среди страховщиков?

Что касается изменения законодательной базы и регулирования, то на нас это никаким образом не сказалось. Мы как соответствовали требованиям, так и соответствуем, как предоставляем отчетность, так и предоставляем. В принципе никаких глобальных изменений мы не видим. А что касается консолидации двух регуляторов, посмотрим, как это скажется на уменьшении дублирования отчетов.

Что касается страховой компании. Это хорошо, что она прибыльная. Компания предоставляет страховые услуги вместе с банком, и комбинация банковского и страхового бизнеса дает плюс. У нас много клиентов, которым можно предлагать продукты страховой компании. Здесь все плюсы перекрестных продаж. Страховая компания будет развиваться параллельно с банком.

Газета «Капитал»: Как Вы оцениваете уровень конкуренции на рынке розничного кредитования и не рассматриваете ли появление нового игрока в этой нише?

Все крупные банки в Казахстане работают с физическими лицами. В рознице есть несколько сегментов, к примеру, когда банки работают совместно с товарными сетями. Это отдельный сегмент, в котором несколько игроков – мы, Евразийский банк вместе с «Просто кредит» и «Хоум кредит». Но рынок розницы намного больше, чем приобретение товаров и техники в сетях. В данный момент Kaspi bank занимает 80-90% доли в этом сегменте! Но этот бизнес не является для нас самым большим, мы его развиваем, потому что нам интересно предоставлять полный спектр услуг нашим клиентам. Больше всего нам интересно работать с клиентами напрямую

через наши отделения, в которых мы предоставляем только пять продуктов: денежный потребительский кредит, кредитная карта, депозит, перевод и обменные операции. Все банки предоставляют эти продукты, и конкуренция, конечно, будет усиливаться. Мы будем исследовать потребности клиентов для того, чтобы предлагать им новые продукты. Все банки это делают, но просто мы делаем это немного лучше.

Газета «Капитал»: Конкуренция усилится, потому что розница – это самый прибыльный бизнес?

Это прибыльный бизнес, но в то же время сложный. Легче выдать один кредит в десять миллионов долларов, чем десять тысяч кредитов по одной тысяче. Это занимает время, но инфраструктура у многих банков есть: есть отделения, персонал, поэтому конкуренция будет расти. Просто невозможно «выключить розницу» на два года и потом быстро ее включить – это не лампочка. Нужно поработать с персоналом, восстановить репутацию, правильно продвинуть продукты, привлечь клиентов и многое другое.

Банковский сектор является основным катализатором, который помогает улучшить уровень жизни. Предприятия получают инвестиции в развитие, а население – возможность приобрести товары. Это, в свою очередь, поднимает экономику. Вокруг есть масса возможностей для 10–15 банков. Огромное поле для развития. Клиенты есть, все экономические показатели говорят, что у Казахстана они одни из самых лучших.

Газета «Капитал»: Почему ваш банк отказался от приема коммунальных платежей, это же удобно для клиентов?

Это было сложное решение. Самая главная причина отказа приема платежей в том, что они мешали развитию нашего основного бизнеса. В наших отделениях скапливались большие очереди, следовательно, наш основной бизнес по выдаче кредитов и приему депозитов страдал. Мы могли обслужить клиента за 20 минут, а он тратил все 40 на ожидание в очереди. Мы сделали три вещи. Оптимизировали работу внутри отделения, то есть перестали работать с малоодоходными продуктами, которые мешали реализации нашей стратегии. Коммунальные услуги являются одним из таких продуктов. Они низкодоходны, занимают большое число персонала и создают очереди, которые отталкивают от нас нашу целевую аудиторию.

Второй шаг – мы автоматизировали платежи, установив в отделениях автоматизированные терминалы самообслуживания. Благодаря этому, можно за одну минуту внести платеж по любому потребительскому кредиту без участия кассира.

В – третьих, мы начали открывать больше новых отделений. Это самое дорогое и эффективное решение. Мы ведь начали их открывать потому, что начался огромный спрос на наши продукты и услуги.

Газета «Капитал»: Какую долю ссудного портфеля занимают проблемные займы, и какова их динамика?

Порядка 10% занимают у нас займы, которые мы классифицируем как просроченные, более 90 дней. Это определение проблемного займа. С точки зрения динамики темпы прироста плохого портфеля снижаются. В течение этого года динамика все же сохранится до того момента, как весь банковский сектор не начнет активно кредитовать. Мы, к примеру, планируем создание провизий в темпах прошлого года. Если ситуация изменится, то конечно, это будет большой плюс.

Мы знаем, что сейчас затрачиваются огромные интеллектуальные усилия в других банках для того, чтобы определиться с тем, как возобновить кредитование.

Газета «Панорама»: Насколько эффективно вы работаете с «плохими» кредитами?

У нас идет снижение по плохим кредитам, кроме розницы. Розничный бизнес растет большими темпами и замещает наш корпоративный портфель и МСБ. Розница требует своих провизий. Эффективность у нас хорошая, работает интенсивно в этом направлении. На самом деле 10% персонала у нас так или иначе связаны с управлением качества портфеля. Каждый 10-й сотрудник задействован в этом процессе, и это показывает, сколько ресурсов мы инвестируем в то, чтобы управлять качеством. Выдать кредит – это одно, а общаться с клиентом, напоминать ему, помогать ему с его кредитом – это большие усилия. А так как мы являемся розничным банком, мы много инвестируем в качество.

ТРК «Хабар» (CaspiaNet): Какая средняя сумма депозита и кредита в вашем банке? А также интересно узнать, что вы думаете о второй волне кризиса?

Средняя сумма депозита в нашем банке – это один миллион тенге. У нас много клиентов, которые накопили этот миллион в течение нескольких лет работы с банком. Если говорить о новых вкладчиках, то они открывают вклад на сумму 500–600 тысяч тенге.

Средний размер кредита – это одна тысяча долларов. В зависимости от платежеспособности, человек может получить до трех миллионов тенге, как в случае с «Евроремонтом».

Вторая волна кризиса даже если и будет, надеюсь, будет носить корректирующий характер. Сейчас цена на нефть высокая, и если сделать правильные инвестиции в инфраструктуру, создать дополнительные рабочие места и конкурентные преимущества в промышленности, я думаю, Казахстан не почувствует этой волны, потому что сейчас наша страна менее уязвима из всех стран СНГ.

Газета «Капитал»: А как же перекредитованность экономики?

Эта проблема есть в корпоративном секторе, поскольку корпоративный сектор в свое время стал развивать непрофильные направления бизнеса. Кризис это подкорректировал. Через какое-то время они будут продавать эти непрофильные активы с дисконтом, чтобы сконцентрироваться на своем основном бизнесе. Люди просто должны понять, что есть плохие акционеры и менеджеры. Это происходит во всех странах, и ничего фатального в этом нет.

Хотел бы отметить, что банковский бизнес в Казахстане никогда не будет больше таким, каким он был в 2003-2007 годах. Он будет более интеллектуальным, более сложным, деньги направлено раздавать не будут. Я уверен, что в этом году кредитование возобновится, и все крупные банки начнут работать активно.

Медиа-холдинг «Бизнес Ресурс»: Вы много инвестируете в рекламу, а не боитесь, что это может оттолкнуть клиентов?

Я думаю и надеюсь, что мы уже прошли этот этап. Мы смотрим на результаты маркетинговых исследований и видим, что людям нравится активная коммуникация банка, нравится, что мы объясняем, как работают наши продукты, и таких комментариев мы уже не слышим.

Мы просто активно инвестируем в продвижение. У нас есть планы по развитию и, следовательно, чтобы реализовать их, мы делаем активный маркетинг и постоянно следим за тем, во сколько нам обходится привлечение одного клиента.

Медиа-холдинг «Бизнес Ресурс»: А каков бюджет рекламы в общем бюджете расходов банка?

Расходы на персонал у любого розничного бизнеса занимают 50% всех операционных расходов. А маркетинг и реклама, то есть весь комплекс по привлечению клиента занимает порядка 20%.

Газета «Бизнес и Власть»: Что вы планируете делать с депозитными ставками?

Многие банки уже значительно подкорректировали ставки по депозитам из-за высокого уровня ликвидности. Я думаю, что сейчас из-за того, что банки начнут кредитовать, радикальных изменений по депозитным ставкам не будет.

Газета «Капитал»: Как вы смотрите на активность российских банков?

Мы с интересом наблюдаем, чтобы понять, что они делают лучше, чем мы. Что касается стоимости кредитов, то, в принципе, нет разницы между казахстанскими и российскими банками. Все зависит от продукта, сегмента, но в целом все это сравнимо. Самая большая разница заключается в том, что российские банки начали очень активно кредитовать, а казахстанские банки, надеюсь, начнут это делать в этом году.