



Private Banking: перезавантаження

Обрати банк для індивідуального управління великим капіталом набагато складніше, аніж скористатися стандартними банківськими пропозиціями. Чи реально це зробити сьогодні в Україні, Business Class дізнавався в Ольги Щербіної, директора департаменту приватного бізнесу «VAB Банку».

– Пані Ольго, як би Ви оцінили потенціал вітчизняного ринку банківських послуг приватним клієнтам?

– Він ще досить молодий, але українцям є чим пишатися. Якись п'ять років тому цю послугу декларувало лише 10 банків, а вже 2011 року кількість таких фінустанов зросла до 45. На жаль, до 2011-го не існувало глибоких відкритих досліджень цього сегменту. Більшість банків спирається на висновки спеціалістів Credit Swiss, зроблені у 2005 році, згідно з якими в Україні капітал клієнтів HNWI (High Net Worth Individual) – а це особи з вільними активами від \$1 млн – становить \$19,5 млрд. Зрозуміло, що за останні три роки обсяг ринку управління приватними фінансами

збільшився більше ніж у 3,5 раза, з'явилися нові перспективні напрямки бізнесу, нові інвестиційні інструменти тощо.

– Про швейцарські банки для статусних клієнтів століттями складають легенди. Чи може Україна сподіватися на наближення до подібних стандартів?

– За останні п'ять років українські банки перейшли на інший рівень роботи з цим сегментом. Залишивши в минулому VIP-обслуговування з його класичними банківськими продуктами, фінустанови почали активно розвивати інвестиційний напрямок бізнесу та нефінансові послуги, що дозволило наблизитися до класичної моделі.

На жаль, подальший розвиток цього напрямку ускладнюється недосконалістю внутрішнього фінансового законодавства, навіть порівняно із сусідньою Росією та країнами Прибалтики. Зокрема, нерозвиненість фондового ринку суттєво впливає на рух інвестицій, створення нових інвестиційних інструментів та європейських структурованих продуктів. Інша причина, що затримує розвиток управління приватними фінансами, – недостатня кваліфікація персональних банкірів, хоча останнім часом цю проблему почали вирішувати. На ринку з'являються компанії, що пропонують навчальні програми в цьому сегменті. Зокрема, проводяться різні семінари за кордоном (це переважно Лондон

і Москва), практикуються внутрішньо-банківські навчальні курси.

– Що найчастіше цікавить українських VIP-клієнтів сьогодні?

– Насамперед, це класичні банківські продукти преміум-класу: депозитні вклади, елітні платіжні картки, конвертаційні операції та грошові перекази, банківські метали тощо. За різних ринкових умов уподобання клієнтів можуть зміщуватися в бік одного чи іншого продукту. Наприклад, під час кризи, надають перевагу короткостроковим депозитам або продуктам із щодобовим доступом до рахунку та підвищеною дохідністю. Стають популярними валютообмінні операції, які дозволяють зменшувати ризики від курсових коливань гривні.

– Тобто VIP-клієнти отримують більшу дохідність за своїми вкладеннями, ніж це типово пропонується в банку?

– Авжеж, у результаті клієнти одержують підвищену дохідність своїх активів коштом комплексного фінансового рішення, передбаченого індивідуальною клієнтською стратегією, яку ми називаємо «ІКС». Ураховується очікувана клієнтом дохідність, обраний ним ступінь ризику та механізм переходу з одного активу в інший, що закріплюється спеціальним документом – інвестиційною декларацією.

– У банку зазвичай обслуговують самого VIP-клієнта чи його родину?

– Зважаючи на специфіку цієї справи, на обслуговуванні перебуває вся сім'я клієнта. Ефективне управління приватним капіталом передбачає не тільки забезпечення його збереження та підвищення дохідності, а й оптимізацію загальних витрат родини. Тому банкір підбирає оптимальні розрахункові інструменти та встановлює внутрішні ліміти. При розробці «ІКС» враховуються всі вподобання та завдання сім'ї. Наприклад, майбутнє навчання дітей, відпочинок, планові покупки, питання спадкоємності тощо.

– Які приватні послуги пропонує «VAB Банк» і чим вони відрізняються від подібних послуг інших банків?

– Послуги та продукти управління приватними фінансами в різних банках подібні, хоч і мають деякі відмінності. Оскільки строк життя фінансового продукту на ринку невеликий (минає близько двох тижнів, і він з'являється у конкурентів), банки намагаються не розкривати свого наповнення. Ми відрізняємося від конкурентів підходом до цього бізнесу. На самому початку вирішили створити швейцарську модель private banking, аби наші клієнти одержали доступ до справжньої якості. Ми відмовилися від продуктового підходу, одразу почавши пропонувати індивідуаль-

– Ми завжди намагаємося будувати довгострокові довірчі відносини. Деякі наші клієнти залишаються з нами з моменту заснування банку – вже 19 років. Особливою нашою гордістю є те, що за всі роки існування таких послуг нам удалося значно збільшити кількість клієнтів, запропонувавши їм сервіс найвищого рівня.

– Як узагалі оцінюєте вітчизняний ринок нефінансових послуг для приватних осіб?

– Український ринок нефінансових послуг перебуває в процесі становлення, як і напрямок private banking. Якщо деякі послуги представлені досить потужно, то більш складні з них не розвинуті взагалі.

Ми вирішили створити швейцарську модель private banking

ні клієнтські стратегії з їх високою гнучкістю та контрольованістю, що особливо приваблює наших клієнтів. До речі, ми перші серед українських банків запропонували довірче управління.

– Можете детальніше розповісти про ексклюзивні продукти й послуги для приватних клієнтів VAB Банк?

– Звичайно, ми маємо ексклюзивні продукти для своїх вкладників, які входять у нефінансовий сервіс, але й вони є частиною індивідуальної клієнтської стратегії. Завдяки нашим партнерам ми пропонуємо цілу низку послуг, які забезпечують відповідність статусу клієнта його способу життя: створення індивідуального гардеробу, колекцій (вина, автомобілі, предмети мистецтва тощо), планування та організацію ділових зустрічей та відпочинку, організацію корпоративних заходів, членство в закритих клубах і таке інше.

– Чи довго переважно VIP-клієнти обслуговуються у Вашому банку?

лі. Так, наприклад, поки що не існує жодної української компанії з надання послуг сімейного офісу (Family Office*). Ця послуга досить складна й за кордоном користується неабияким попитом, що частково пояснюється існуванням традицій сімейного капіталу. Наприклад, у Росії та країнах Прибалтики цей бізнес став окремим і приносить доволі високі прибутки.

– Чи подібний «сімейний офіс» на LifeStyle Management? До речі, чи пропонує Ваш банк і таку послугу?

– Їхня подібність лише в тому, що обидві ці послуги відносяться до нефінансового сервісу. LifeStyle Management уключає консьерж-сервіс, арт-банкінг, консультування щодо створення індивідуальних колекцій, планування та організацію освіти спадкоємців, автоконсалтинг, wellness-консалтинг тощо. Оскільки для нас цей сервіс не є профільним, тож надаємо його клієнтам за допомогою партнерів. До речі, в різних банках перелік послуг LifeStyle Management не вельми різняться. Головне – їх якість, наповнення та спектр можливостей для клієнтів.

*Family Office – це, як правило, незалежна організація, яка підтримує заможні родини, керуючи їхніми активами. Зазвичай ФО надають широкий спектр послуг, уключаючи податкове, фінансове та майнове планування, аудит, юридичні, банківські та страхові послуги, управління ризиками, створення сімейних фондів і трастів, координацію дій спеціалістів, інвестиційний консалтинг та управління. У деяких випадках ФО навіть відповідають за планування способу життя.