

СТРАТЕГИЯ ГРУППЫ АО «НАРОДНЫЙ БАНК» на 2008-2010 годы

Основная задача – это дальнейшее развитие ориентированной на интересы клиентов региональной финансовой группы, которая предоставляет в Казахстане и соседних странах услуги на всех сегментах финансового рынка (банковском, страховом, пенсионном, ценных бумаг, лизинговом), высоко ценит свою репутацию, работает по европейским стандартам, эффективно использует свой капитал и человеческие ресурсы.

1. Клиенты

Группа будет предлагать свои услуги как юридическим, так и физическим лицам. Наряду с задачей удержания действующих клиентов за счет предоставления им услуг более высокого качества и расширения их перечня, группа будет привлекать новых клиентов, делая особый упор на малый и средний бизнес, небанковские финансовые услуги, молодежь и средний класс.

2. Диапазон продуктов и услуг

Группа будет стремиться предоставить своим клиентам максимально широкий набор финансовых продуктов через филиальную сеть Банка, его дочерние компании и через сеть своих стратегических партнеров. Группа будет внедрять новые продукты и услуги и намерена быть лидером в области финансовых инноваций в регионе.

3. География

Группа будет работать на финансовых рынках Казахстана, в регионах России, Центральной Азии, Грузии, Азербайджана, Монголии, Синьцзян-Уйгурского района Китая. Группа может выйти на рынки других стран, если этого потребуют интересы ее клиентов, самостоятельно или через своих стратегических партнеров.

4. Увеличение акционерной стоимости

Группа будет нацелена на увеличение акционерной стоимости. Получение высокой прибыли критически важно для обеспечения высоких темпов роста акционерной стоимости, увеличения капитала, привлечения и удержания наших лучших сотрудников. Для выравнивания интересов акционеров и сотрудников Группа будет поощрять владение акций сотрудниками.

5. Каналы продаж

Основным каналом продаж для группы в Казахстане являются филиалы и отделения «Народного Банка». На рынках других стран будут использоваться как дочерние компании группы, так и каналы стратегических партнеров группы.

6. Стандарты

Совместно со стратегическим партнером группа намерена до 1 января 2010 года полностью соответствовать стандартам ЕС в таких сферах, как управление рисками, информационные технологии, корпоративное управление и Базель 2.

7. Сотрудники

Наряду с капиталом и репутацией, сотрудники группы являются нашим основным активом. Мы будем прилагать максимальные усилия, чтобы находить и принимать на работу лучших специалистов. Группа будет предлагать сотрудникам разнообразный опыт работы и возможность роста быстрее, чем это возможно в большинстве других компаниях, работающих в финансовом секторе.

Основные задачи

(1) Используя крупнейшую филиальную сеть, узнаваемость имени и имидж «Народного банка», группа с дочерними компаниями должна по-прежнему позиционироваться как ведущая группа по работе с физическими лицами. Для этого необходимо:

- сконцентрироваться на сегментах, в которых у группы есть очевидное конкурентное преимущество (платежные карточки, зарплатные проекты, агентские услуги, банкоматы, мобильный банкинг, платежи и переводы) и внедрять в них новые продукты – Интернет-киоски, супербанкоматы и т.д.;
- создать эффективную систему перекрестных продаж комплексных финансовых услуг для того, чтобы по концепции «one stop shopping» через филиальную сеть Банка продавать одному клиенту в среднем 5 продуктов: платежные карточки, депозиты, потребительское или жилищное кредитование, (общее) страхование, продукты пенсионного фонда, паевые фонды, полисы страхования жизни;
- внедрить новые продукты, которых на данный момент нет у конкурентов, и за счет перекрестных продаж привлечь клиентов, которые недостаточно пользуются финансовыми услугами из-за отсутствия в Казахстане удобного и гибкого сервиса финансовых супермаркетов.

(2) С точки зрения обслуживания корпоративных клиентов необходимо укрепить позиции в корпоративном и инвестиционном банкинге. Целевой клиентской базой должны быть:

- крупнейшие клиенты, предприятия-экспортеры, для которых будут созданы условия обслуживания, сопоставимые с лучшими из тех, которые предлагаются сегодня ведущими местными и иностранными банками. Такие клиенты должны получать комплексное обслуживание на высшем уровне качества и с широким спектром финансовых услуг;
- необходимо обратить особое внимание на тех клиентов, которые сейчас не нуждаются в кредитах или могут фондироваться дешевле на других рынках, и предлагать им непроцентные и небанковские продукты группы;
- для укрепления клиентской базы в секторе малых и средних предприятий необходимо, как и в розничном банкинге, улучшить спектр услуг за счет перекрестных продаж и «one stop shopping».

(3) Благоприятная макроэкономическая ситуация и повышение благосостояния верхнего и среднего класса создают значительный спрос со стороны частных инвесторов на такие услуги как финансовое планирование и консультирование, инвестиции в финансовые и нефинансовые инструменты, услуги по управлению активами. Необходимо обеспечить лидерство в этом сегменте и максимально использовать и укрепить лидирующее положение дочернего пенсионного фонда.

Целевые показатели по развитию бизнеса на период 2008-2010 годы

- 1) Поддерживать позиции ведущей финансовой группы на рынке розничных услуг для населения. Главное – развивать дальше систему продаж, при которой население имело бы возможность получать консультации и приобретать в филиальной сети Банка широкий набор финансовых услуг.
- 2) Укрепить свои ведущие позиции на рынке управления активами (в широком смысле, включая пенсионный фонд, компанию по страхованию жизни, брокерские компании и инвестиционно-банковское подразделение внутри группы).

- 3) Добиться твердой первой позиции на рынке общего страхования.
- 4) Поддерживать долю рынка в финансировании строительства и покупки жилья (ипотеке), равную не менее 25%. Усилить взаимодействие с Жилстройсбербанком.
- 5) Завоевать или поддерживать не менее 20-25% по всем ключевым для группы сегментам финансовых рынков и не менее 50% по карточкам и по зарплатным проектам.
- 6) Стать ведущим банком на рынке кредитования малых и средних предприятий, придерживаясь концепции «разумного консерватизма».
- 7) Усилить позиции в секторе обслуживания крупных предприятий- экспортеров.
- 8) Развивать «Халык лизинг» как крупнейшую частную лизинговую компанию, в первую очередь для обслуживания потребностей клиентов по импорту оборудования.
- 9) Совместно со стратегическим партнером развить бизнес группы за пределами Казахстана и повысить долю зарубежного бизнеса до 30 % от общего объема. Построить бизнес по обслуживанию торговли (торговому финансированию) с Россией, особенно приграничной торговли.
- 10) Продолжить диверсификацию базы фондирования группы с одновременным удлинением сроков фондирования.
- 11) Обеспечивать возвратность на средний собственный капитал группы на консолидированной основе не менее 30% и на средние активы не менее 3% в год.

Основные задачи по развитию процессов в самой группе

- 1) Достроить систему ИТ, которая бы поддерживала расширение продаж через филиальную сеть, централизованный учет и систему управления рисками.
- 2) Развивать совместно со стратегическим партнером систему управления рисками, полностью соответствующую европейским стандартам.
- 3) Развивать систему мотивации и обучения персонала, обеспечивающую высокое качество обслуживания клиентов и продажи всего набора продуктов через филиальную сеть.
- 4) Развивать автоматизированную систему управления отношений с клиентами.
- 5) Развивать системы комплаянс и корпоративного управления, которые бы обеспечивала прозрачность решений органов управления, защиту прав акционеров группы и должный уровень раскрытия информации.
- 6) Поддерживать высокий уровень корпоративной социальной ответственности группы: а) путем своевременной и полной уплаты налогов; б) спонсированием целевых социальных программ, прежде всего по помощи детским домам.