



**Стратегический план развития
на период
01.09.2021-31.12.2023**

Текущее положение банка

ОАО «СтатусБанк» основан в 2002 году, зарегистрирован по адресу Республика Беларусь, 220006, г. Минск, ул.Денисовская, 8А.

Основным акционером банка является ООО «Евроторг».

Лицензия Национального банка Республики Беларусь на осуществление банковской деятельности №26 от 25 мая 2017 г.

Лицензия №02200/5200-12-1134 на право осуществления профессиональной и биржевой деятельности по ценным бумагам от 15 июня 2017 г.

Свидетельство о принятии на учет в государственном учреждении «Агентство по гарантированному возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц»

Наиболее существенные изменения в показателях работы Банка за первое полугодие 2021 представлены в таблице (млн.руб.)

	01.01.2021	01.07.2021	Изменение
Уставный фонд	43,0	43,0	-
Нормативный капитал	65,6	67,1	+1,5
Активы банка	78,4	79,9	+1,5
Кредитный портфель физических лиц	30,1	22,8	-7,3
Кредитный портфель юридических лиц	30,1	28,3	-1,8
Средства клиентов	10,4	10,2	-0,2
Прибыль банка	3,0*	1,4**	-
Численность персонала	155	169	+14

* за 2020 год

** за I полугодие 2021 года

Текущее положение банка

Банковская система Республики Беларусь насчитывает 24 банка.

По состоянию на 01.07.2021 г. ОАО «СтатусБанк» занимает следующие позиции:

Рейтинги	01.07.2021
По величине активов	24
По величине нормативного капитала	21
По объему кредитов физическим лицам	19
По объему кредитов юридическим лицам	23

Качество активов, подверженных кредитному риску, находятся на приемлемом для банка уровне, просроченная задолженность по состоянию на 01.07.2021 составляет 0,6%.

По состоянию на 01.07.2021 Банком выполняются все нормативы безопасного функционирования. Уровень рисков находится на безопасном для Банка уровне и большинство показателей соответствует параметрам, определенным Политикой по управлению рисками ОАО «СтатусБанк».

Региональная структура банка на 01.07.2021

Сеть банка помимо головного офиса представлена:

- ✓ 1 центром обслуживания физических лиц (ЦОФЛ), находится в здании ГО
- ✓ 1 центром банковских услуг (ЦБУ)
- ✓ 1 пунктом обмена валют (ПОВ)
- ✓ 9 кассами вне места нахождения банка
- ✓ 13 удаленными рабочими местами (УРМ) в формате промостоек

SWOT-анализ

Конкурентные преимущества Банка:

- технологично конкурентные каналы дистанционного банковского обслуживания, внедрение современных платежных функций;
- политика Банка по развитию и внедрению онлайн продуктов, в том числе пакетных решений;
- мобильность и быстрота принятия решений внутри Банка, гибкая тарифная политика, индивидуальный подход к клиентам;
- широкая линейка продуктов и услуг;
- развитие электронных сервисов, рост проникновения ДБО, мобильные приложения для бизнеса;
- использование ресурсов холдинга (бренд, совместные продукты, технологии, методологии, сеть, финансовые ресурсы)

Слабые стороны Банка:

- ограниченные возможности долгосрочного фондирования;
- отсутствие поддержки клиентов 24/7;
- слаборазвитая региональная структура, ограничивает круг потенциальных клиентов и снижает темпы прогнозируемого роста;
- недостаточная узнаваемость Банка;
- недостаточная прозрачность, отсутствие описанных сквозных бизнес-процессов, частичная автоматизация операций бэк-офиса;
- высокий уровень текучести кадров

Основной целью развития Банка на период 01.09.2021–31.12.2023 является построение высокотехнологичного, конкурентоспособного, универсального Банка с уклоном на развитие розничного бизнеса и цифровых технологий его сопровождения

Стратегические цели и задачи

Основной целью для Банка является деятельность, направленная на извлечение прибыли для удовлетворения экономических и социальных интересов акционеров и работников Банка, а также реализации экономической стратегии Республики Беларусь.



Стратегические цели и задачи

Основные задачи для достижения стратегической цели:

- развитие транзакционного бизнеса, как основного источника повышения доходности Банка;
- дальнейшее расширение СДБО – предложение клиентам максимального перечня продуктов и услуг через интернет-сервисы, удобные мобильные платформы, что позволит охватить все регионы страны, не требуя при этом широкой сети физического присутствия подразделений Банка (т.е. планомерный переход к низкозатратной модели ведения бизнеса), а также расширить клиентскую базу за счет удобства сервисов;
- расширение перечня услуг – как следствие рост клиентской базы, количества операций и, соответственно, доходов Банка;
- развитие IT-инфраструктуры для обеспечения качества оказываемых услуг клиентам и совершенствования внутренних процессов;
- повышение узнаваемости бренда;
- оптимизация издержек Банка с целью повышения конкурентоспособности тарифов
- Банка при сохранении рентабельности отдельных направлений бизнеса,
- в том числе и оптимизация сети физического присутствия Банка

Развитие розничного бизнеса

Одним из приоритетных направлений в развитии бизнеса по-прежнему остается развитие удаленного обслуживания клиентов Банка с использованием современных технологий: сети Интернет, мобильной и стационарной связи, устройств самообслуживания.

Стратегия развития розничного бизнеса в период 01.09.2021-31.12.2023 будет базироваться на следующих элементах:

- дальнейшее развитие дистанционных каналов продаж розничных банковских услуг;
- повышение привлекательности для новых и действующих клиентов системы дистанционного банковского обслуживания как в части обновления дизайна мобильных приложений, так и в части расширения количества оказываемых услуг;
- развитие партнерского сотрудничества с крупными торговыми сетями в целях продвижения продуктов Банка на основе банковских платежных карточек;
- развитие партнерского сотрудничества с организациями торговли и сервиса, интернет-магазинами по организации финансирования их покупателей на основе онлайн-кредитования, целевого кредитования по месту фактического обращения клиента;
- модернизация и развитие линейки продуктов для физических лиц с ее фокусировкой на дистанционном обслуживании клиентов в онлайн-каналах;
- интеграция с организациями торговли и сервиса по развитию платежных сервисов на основе применения QR-кода и удаленному предоставлению их клиентам возможности оформления соответствующего платежного инструмента.

Развитие розничного бизнеса

В целях развития интернет-банка запланированы работы по созданию нового интерфейса мобильных приложений с одновременным расширением функциональности, включая следующее:

- новый UI/UX-дизайн,
- оформление нецелевых кредитов (как с выдачей на дебетовый продукт, так и в виде овердрафта),
- оформление виртуальных карточек,
- новый способ аутентификации с применением токенизации (отказ от сеансовых СМС-паролей),
- маркет-плейс для реализации услуг партнеров на основе работы во фрейме.

Результатом проведенных мероприятий по развитию розничного бизнеса должны стать:

- наращивание объема средств физических лиц на текущих счетах и во вкладах, рост кредитного портфеля;
- расширение клиентской базы

Развитие корпоративного бизнеса

Банк продолжит проводить политику, направленную на увеличение клиентской базы и повышение качества обслуживания корпоративных клиентов. Ключевым сегментом будут являться средние и малые предприятия, индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в таких секторах экономики Республики Беларусь, как торговля, пищевая промышленность, транспорт, сфера услуг и располагающиеся преимущественно в г. Минске и Минском районе.

Основными направлениями развития корпоративного бизнеса выступают

- совершенствование систем дистанционного обслуживания клиентов: Интернет-банк, Мобильный банк для субъектов хозяйствования, развитие их функционала в соответствии с потребностями клиентов и рыночными трендами; актуализация функционала действующей системы Клиент-Банк;
- расширение перечня профильных и непрофильных услуг и сервисов, в том числе в режиме онлайн, использование механизма кросс-продаж с привлечением ресурса и функционала партнерских и аутсорсинговых компаний;
- наращивание уровня компетенций работников Банка и их профессиональной подготовки;
- совершенствование используемого программного включая систему взаимоотношений с клиентами (CRM-система);
- развитие операций уступки денежных требований (факторинга), автоматизация процесса финансирования в части развития электронного кабинета для должников и кредиторов

Маркетинговая политика

Маркетинговая политика Банка строится на анализе общих тенденций развития экономики Республики Беларусь и банковской сферы и специфике работы Банка. Исходя из определенных стратегических направлений развития Банк видит для себя высокий уровень конкуренции на рынке.

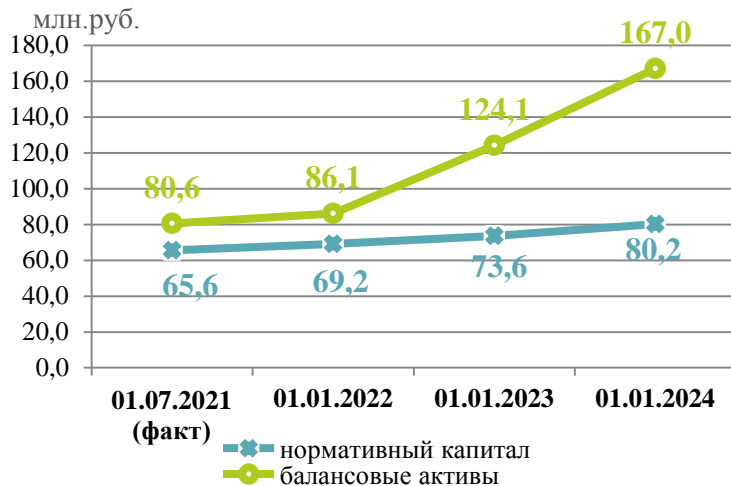
Важную роль Банк отводит сегментной стратегии и стратегии продвижения.

Основными задачами, стоящими перед Банком на период 01.09.2021-31.12.2023, являются:

- повышение узнаваемости бренда;
- развитие продаж и наращивание активной клиентской базы в онлайн формате;
- развитие и продвижение современных банковских сервисов на базе технологических решений (в том числе развитие мобильных и интернет-каналов взаимодействия с клиентами);
- оптимизация и цифровизация основных потребительских сервисов Банка;
- повышение лояльности клиентов Банка за счет улучшения процессов на каждом этапе клиентского опыта;
- построение персонализированных коммуникационных подходов во взаимодействии с клиентами на основании анализа запросов и потребностей;
- предоставление актуальных и конкурентных продуктов и сервисов за счет построения сквозной аналитики и бенчмаркинга;
- развитие клиента в части повышения его финансовой грамотности с целью увеличения активного использования технологий дистанционного банковского обслуживания;
- реализация имиджевых мероприятий, направленных на формирование и повышение доверительного отношения к Банку.

Планируемые показатели деятельности Банка

Динамика активов и капитала



Динамика розничного бизнеса



Динамика корпоративного бизнеса



Прибыль



Планируемые показатели деятельности банка

Показатель		01.01.2022	01.01.2023	01.01.2024
Прибыль, млн.руб.		3,6	4,4	6,6
Рентабельность собственного капитала, %		5,2%	6,2%	8,4%
Рентабельность активов, %		4,4%	4,2%	4,5%
Кредитный портфель, млн.руб.	физических лиц	35,0	65,0	100,0
	юридических лиц	40,0	50,0	60,0
Привлеченные средства , млн.руб.	физических лиц	4,5	18,0	34,3
	юридических лиц	9,9	30,0	50,0
Объекты сети	ПОВ, удаленные кассы	10	15-18	20-26
	ЦБУ	1	2	2