



Стратегический план развития на 2020-2021 годы

Позиционирование банка

Универсальный
высокотехнологичный коммерческий
банк с преобладающей долей
розничных услуг.

Миссия банка

Предложение максимального перечня
продуктов и услуг через интернет-сервисы,
удобные мобильные платформы.

Участие в социальных проектах.

Формирование широкой сети ритейлеров-
Партнеров, предложение клиентам Банка
посредством сети Партнеров
конкурентоспособных продуктов,
формирование сети региональных
менеджеров Банка для привлечения
Партнеров к сотрудничеству.

Повышение качества расчетных сервисов
для клиентов корпоративного и розничного
сегмента.

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 последний год
представлены в таблице (млн.руб.)**

	01.01.2019	01.10.2019	Изменение
Уставный фонд	43,0	43,0	-
Нормативный капитал	60,4	62,1	+1,7
Активы банка	116,5	156,2	+39,7
Кредитный портфель физических лиц	52,4	55,0	+2,6
Кредитный портфель юридических лиц	30,9	22,6	-8,3
Средства клиентов	54,3	92,8	+38,5
Прибыль банка	6,2	1,6	-4,6
Численность персонала	471	446	-25

Текущее положение банка

Банковская система Республики Беларусь насчитывает 24 банка.

По состоянию на 01.10.2019 г. ОАО «СтатусБанк» занимает следующие позиции:

Рейтинги	01.10.2019
По величине активов	22
По величине нормативного капитала	19
По объему кредитов физическим лицам	16
По объему кредитов юридическим лицам	21

Качество активов, подверженных кредитному риску, находятся на приемлемом для банка уровне, просроченная задолженность по состоянию на 01.10.2019 составляет 0,8%.

По состоянию на 01.10.2019 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».

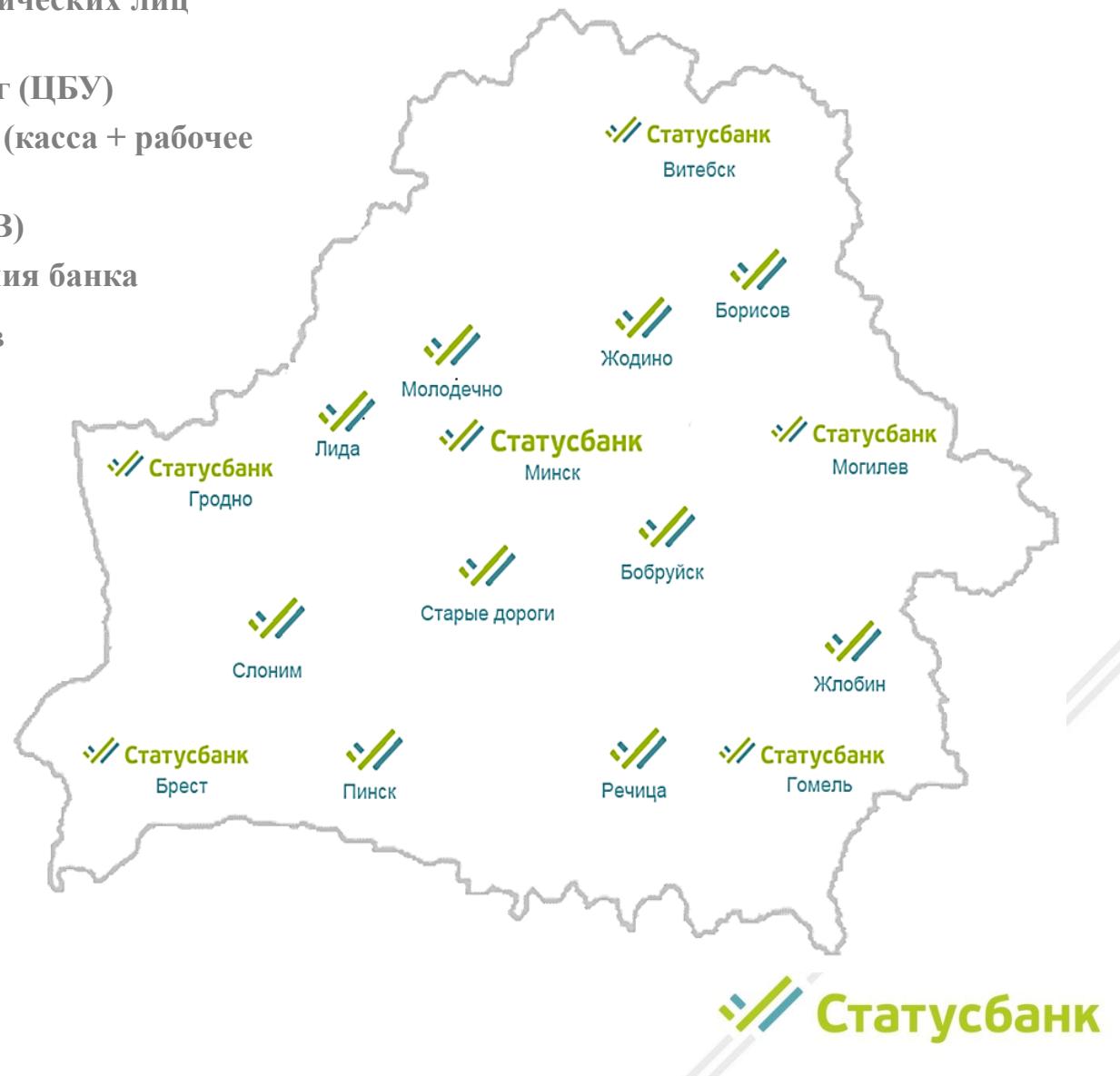
Региональная структура банка на 01.10.2019

Сеть банка помимо головного офиса представлена:

- ✓ 1 Центром обслуживания физических лиц (ЦОФЛ), находится в здании ГО
- ✓ 17 центрами банковских услуг (ЦБУ)
- ✓ 2 дополнительными офисами (касса + рабочее место)
- ✓ 1 пунктом обмена валют (ПОВ)
- ✓ 8 кассами вне места нахождения банка

Присутствие банка обеспечено в следующих городах:

- г. Минск: 1 ЦОФЛ, 4 ЦБУ, 1 ПОВ
- г. Витебск: 1 ЦБУ
- г. Брест: 1 ЦБУ
- г. Гомель: 1 ЦБУ
- г. Гродно: 1 ЦБУ, 1 ДО
- г. Могилев: 1 ЦБУ
- г. Речица: 1 ЦБУ
- г. Лида: 1 ЦБУ
- г. Бобруйск: 1 ЦБУ
- г. Жлобин: 1 ЦБУ
- г. Слоним: 1 ЦБУ
- г. Старые дороги: 1 ДО
- г. Борисов: 1 ЦБУ
- г. Пинск: 1 ЦБУ
- г. Жодино: 1 ДО
- г. Молодечно: 1 ЦБУ



SWOT-анализ

Конкурентные преимущества Банка:

- география присутствия отделений (ключевые регионы республики);
- технологично конкурентные каналы дистанционного банковского обслуживания, внедрение современных платежных функций;
- широкая линейка продуктов и услуг;
- низкий уровень риск-аппетита;
- использование ресурсов холдинга (бренд, совместные продукты, технологии, методологии, сеть, финансовые ресурсы)

Слабые стороны Банка:

- ограниченные возможности долгосрочного фондирования, высокая стоимость ресурсов;
- отсутствие омниканальности клиентского сервиса;
- недостатки в процедурах/подходах по созданию новых банковских продуктов и услуг
- недостаточный уровень показателей транзакционного бизнеса
- недостаточная прозрачность, отсутствие описанных сквозных бизнес-процессов, частичная автоматизация операций бэк-офиса

Основной целью развития Банка на период 2020 – 2021 годов является развитие банка как высокотехнологичного, конкурентоспособного, универсального, с репутацией надежной банковской структуры, привлекательной для клиентов и контрагентов Банка.

В качестве приоритетов Банк ставит для себя развитие розничного бизнеса и цифровых технологий

Стратегические цели и задачи

Основной стратегической целью является обеспечение построения операционно-технологической платформы, которая позволит бизнес-подразделениям достичь поставленных целей и обеспечит технологическое лидерство решений Банка в сфере создания новых цифровых продуктов и услуг



Стратегические цели и задачи

Основные задачи для достижения стратегической цели:

- обеспечение рентабельности всех направлений деятельности;
- вложение средств в наиболее доходные активы при соблюдении баланса «доходность – риски»;
- развитие цифровых каналов, существенное сокращение сроков вывода на рынок современных продуктов и сервисов для клиентов;
- обеспечение омниканальных фронтальных и бэк-офисных решений;
- внедрение API – сервисов для подключения партнеров и ключевых бизнесов;
- использование биометрических и иных технологий удаленной идентификации клиентов;
- обеспечение надежности, доступности и безопасности ИТ-систем и сервисов

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 связи и стационарной связи, устройств самообслуживания (услуги «Интернет-банк» и «Мобильный банк», ПСТ, контакт-центр и пр.).

Особое внимание также будет уделено дальнейшему формированию сети ритейлеров-Партнеров в целях формирования конкурентоспособных предложений для клиентов Банка .

Стратегия развития розничного бизнеса в ближайшие два года будет базироваться на следующих элементах:

- омниканальный подход развития продаж, при использовании существующей сети ЦБУ Банка;
- онлайн-продажи розничных продуктов;
- повышение качества, удобства и функциональности цифровых каналов;
- сегментная стратегия работы с клиентами;
- модернизация линейки карточных продуктов и вкладов путем создания универсальных продуктов (услуг) с набором изменяемых и гибконастраиваемых параметров с учетом потребностей клиентов и их сегментации;
- повышение эффективности каналов продаж и системы продаж розничных продуктов и оформления услуг с последующим омниканальным доступом;
- развитие системы управления клиентскими впечатлениями.

Развитие розничного бизнеса

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 онлайн-вкладов Банк определяет для себя как приоритетное направление, позволяющее быть более удобным для клиентов и, вместе с тем, позволит снизить издержки Банка;
- сотрудничество с ритейлерами, субъектами МСБ, имеющими небольшое количество торговых точек и за счет своей массовости способных создать Банку имидж удобного, выгодного, дружелюбного Банка;

Развитие корпоративного бизнеса

Банк продолжит проводить политику, направленную на сохранение положительной динамики роста клиентской базы и повышение качества обслуживания корпоративных клиентов.

Банк по-прежнему будет уделять значительное внимание вопросу укрепления статуса универсального финансового учреждения, в том числе за счет расширения перечня предоставляемых финансовых и нефинансовых услуг и сервисов для корпоративных клиентов.

Основными направлениями развития корпоративного бизнеса выступят

- дальнейшее совершенствование систем дистанционного обслуживания клиентов. Постоянная актуализация функционала системы Клиент-банк и внедрение системы Интернет-банк для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей позволяют Банку стать надежным партнером в части предоставления расчетных сервисов для клиентов;
- расширение перечня предоставляемых клиентам профильных и непрофильных видов услуг и сервисов, в том числе предполагающих совершение клиентами операций в режиме онлайн без посещения офисов Банка и позволяющих клиентам сконцентрироваться на ведении собственного бизнеса;
- повышение объемов продаж и качества обслуживания корпоративных клиентов совершенствование программного обеспечения Банка, используемое в данном направлении, включая систему взаимоотношений с клиентами (CRM-система);
- повышение уровня проникновения услуг Банка для корпоративных клиентов в регионах страны за счет проведения соответствующей кадровой политики, разработки альтернативных каналов продаж, в том числе функционирующих в режиме онлайн.

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.

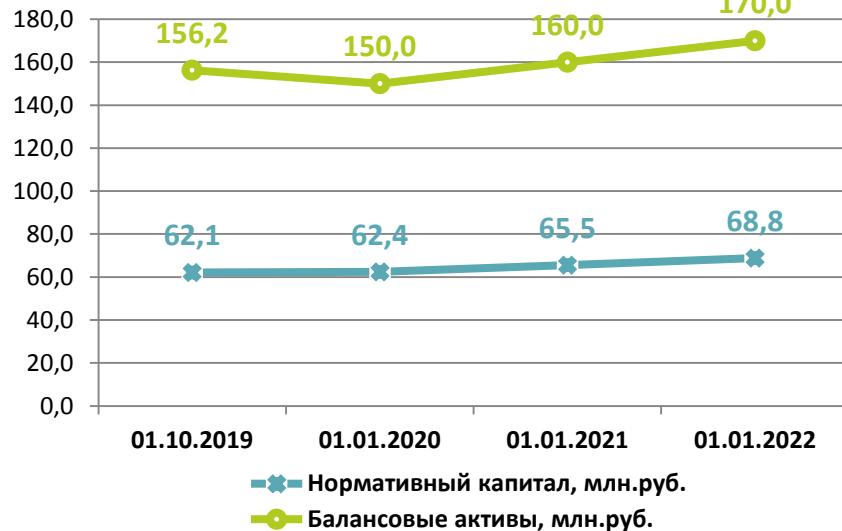
Важную роль Банк отводит сегментной стратегии и стратегии продвижения.

Основными задачами, стоящими перед Банком на 2020-2021, являются:

- 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

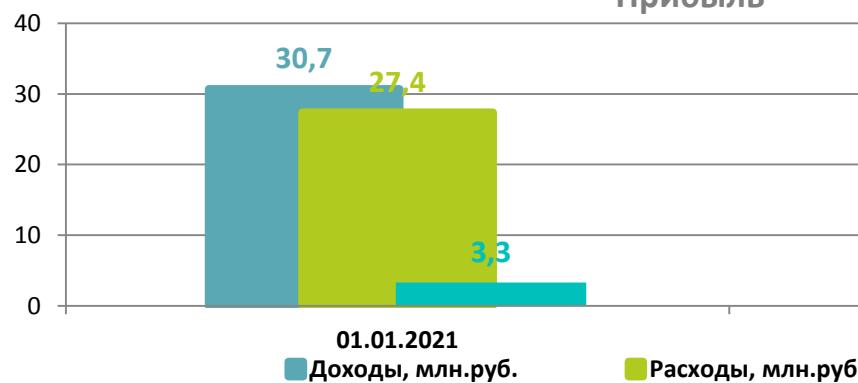
Динамика активов и капитала



Динамика розничного бизнеса



Прибыль



Планируемые показатели деятельности банка

Показатель	01.01.2020	01.01.2021	01.01.2022
Прибыль за предыдущий период, млн.руб.	1,9	3,3	3,7
Рентабельность нормативного капитала, %	3,0%	5,1%	5,4%
Рентабельность активов, %	1,4%	2,1%	2,2%
Кредитный портфель физических лиц, млн.руб. <i>темп прироста, %</i>	56 6,9	60 7,1	64 6,7
Средства населения, млн.руб. <i>темп прироста, %</i>	20 90	26 36,8	32 23,1
Количество клиентов-физических лиц ВСЕГО, тыс.чел. <i>в т.ч. кредитополучателей</i>	200 66	300 72	400 75
Объекты сети (точки продаж):			
ЦБУ	17	16	15