

Финансовый ликбез



Экономический кризис ударил по доходам граждан, многие оказались не готовы к потрясениям. И государство, и бизнес осознали, что для успешного ведения финансовых дел требуются грамотные исполнители и грамотные клиенты. Распространение такой грамотности является на сегодняшний день одной из приоритетных государственных задач. В рамках телевизионного проекта «Экономическая финансовая история России» председатель правления Дойче Банка в России Йорг Бонгартц поделился опытом в интервью (специально для «ЭС») независимым журналистам Виктору Марьину и Анастасии Степановой.

Как Вы думаете, почему мир оказался не подготовлен к глобальному кризису? И сразу следующий вопрос: нужны ли банкам финансово грамотные клиенты?

Во-первых, мне кажется, что кризис для многих людей, имеющих отношение к экономике, не был большим сюрпризом. Но масштабы кризиса оказались катастрофическими.

Что касается финансовой грамотности, то это один из наиболее важных моментов в жизни общества. Степень финансовой подготовленности общества следует постоянно обсуждать; необходимо проверять, насколько физические лица или представители бизнеса информированы о том, какие финансовые продукты они потребляют и каким образом они управляют финансовыми рисками при использовании различных финансовых продуктов. Надо заметить, что в Германии менеджеры некоторых региональных банков «играли» с финансовыми продуктами, не входившими в их компетенцию. Поэтому сейчас в обществе очень остро обсуждаются моменты, связанные с жестким регулированием деятельности таких менеджеров — чтобы управлять финансовыми продуктами, они должны быть хорошо подготовлены, в том числе им необходимо знать все сопутствующие риски.

Т.е. недостаточно высокая квалификация менеджеров явилась одной из причин кризиса?

Совершенно верно. Хотя масштабы кризиса показали, что финансовый мир развивается настолько быстро, особенно последние 10 лет, что недостатки проявляются во многих областях.

И все-таки: нужны ли банку финансово грамотные клиенты?
Да, да и еще раз да.

И что это значит для банкира?

В первую очередь надо понимать, какие клиенты Вас интересуют. Одно дело — физические лица, которые хотят купить финансовые

продукты для достижения определенных целей в своей финансовой деятельности, и другое — крупные корпоративные клиенты, институциональные инвесторы и т.д. Полагаю, Ваш вопрос в первую очередь касается физических лиц. Я могу говорить только о Германии, поскольку в России у Дойче Банка нет опыта работы в ритейловом сегменте. Так вот, кризис показал, что финансовые законы в Германии несовершенны. Взять, к примеру, Закон о торговле ценными бумагами. На момент кризиса ситуация была такова, что многие частные клиенты тестировали финансовые продукты, не понимая механизма тестирования и продукта тестирования. Отсюда слабая подготовленность клиента к рискам, сопутствующим этим финансовым продуктам. Так вот, уже несколько лет Закон о ценных бумагах в Германии требует от банковского консультанта заранее определять уровень готовности клиента, пришедшего в банк за финансовым продуктом, к прогнозируемому риску. Кон-

Человек не всегда в состоянии сам определить, готов ли он к риску. И банк не должен оставлять его один на один с проблемами.

сультант должен вместе с клиентом заполнить специальную анкету, из которой видно, понимает ли клиент возможные риски. Поскольку многие клиенты банков пострадали во время кризиса, можно говорить о том, что к рискам они были совсем не готовы. И тут как раз встает вопрос о финансовой грамотности клиентов.

В Европейском союзе сейчас активно обсуждается вопрос о необходимости законодательной базы, которая бы повысила прозрачность предлагаемых банком финансовых продуктов и помогла клиентам понять их. Чтобы помочь своим клиентам, Дойче Банк в Германии ввел паспорт для каждого финансового продукта, где объясняется, что это за продукт,

дано общее описание его ценообразования, указаны доходность, риски, расходы, которые понесет клиент, а также имеется информация о налогообложении. Такой паспорт напоминает инструкцию по применению медицинских препаратов. Ведь, покупая в аптеке таблетки, человек получает исчерпывающую информацию обо всех рисках, с которыми ему предстоит столкнуться.

Информацию о финансовом продукте получает любой клиент Дойче Банка?

Да. Каждый наш клиент в Германии получает такой паспорт. Опыт прошлого показал, что человек не всегда в состоянии сам определить, готов ли он к рискам. И банк не должен оставлять его один на один с проблемами. Раньше никто в банках не проверял, насколько клиент представляет возможные риски. Не всегда ему детально объясняли, какой продукт он покупает. Считалось, что он сам должен брать на себя ответственность за будущие риски.

А какие методы повышения финансовой грамотности существуют в Германии?

Повышать финансовую грамотность надо со школьной скамьи. Наш банк, например, проводит информационные курсы во многих школах Германии. В зависимости от пожеланий руководства школы наши сотрудники читают школьникам лекции о финансовых рынках, о банковской системе и о финансовых продуктах. Делается все, чтобы дети поняли, что такое банк, чем он занимается, какие могут быть риски для экономики вследствие его финансовой деятельности. В принципе, население в Европе, в частности в Германии, имеет доступ к различным источникам информации. Каждый желающий может посещать курсы по финан-

совой грамотности, финансовую, банковскую академию и т.д. Главное, что такая информация имеется.

Я считаю, что ответственность за повышение финансовой грамотности граждан банковский сектор должен взять на себя.

А вот, например, бывший генеральный директор банка BSGV господин Вивес считает, что, не зная финансовой истории, нельзя стать финансово грамотным. Я согласен, хотя это сложный вопрос. Мне кажется, чтобы понять историю, надо участвовать в ней. Те, кто сейчас переживает кризис, кто потерял деньги, уже не повторяют допущенных ошибок.

Конечно, неприятно, что кризис так далеко зашел, но зато мы стали значительно лучше понимать, какие риски связаны с банковской деятельностью. После кризиса 1998 г. наши риск-менеджеры, тогда управлявшие кризисной ситуацией, и сейчас значительно лучше подготовлены. Если личного опыта не хватает, приходится обращаться к теории.

Господин Бонгартиц, скажите, пожалуйста: как правильно выбрать «свой» банк и на что клиент должен обратить внимание, принимая решение?

Многое зависит от того, чего хочет клиент. Возможно, ему нужен надежный банк, который эффективно ведет учет его денежных средств. Это и заработная плата, и пенсионные накопления, и денежные переводы и т.д. Важно, чтобы банк имел хорошую платежную систему, технологию, взимал разумную плату за предоставляемые услуги. Конечно, физическому лицу труднее выбрать «свой» банк. Любое неадекватное действие сотрудников банка может вызвать недоверие клиента и вынудить его забрать деньги. Я бы выбрал банк, сотрудники которого в состоянии меня профессионально проконсультировать, т.е., не пытаясь извлечь сиюминутную выгоду, подробно объяснить,

какие у меня шансы получить прибыль в случае приобретения финансового продукта, какие имеются риски и какие стратегии мне лучше использовать. Если же человек хочет отложить деньги на старость, то ему следует избрать другой критерий выбора банка. Может быть, стоит в течение нескольких лет поиграть на бирже. Правда, в этом случае есть возможность потерять часть вклада. Выбор «своего» банка — это очень индивидуально. В конце концов, можно обратиться к рейтингам. Но самое важное — личный контакт. Если банковский консультант вызывает у меня как клиента доверие, я вижу, что он понимает, чего я хочу, чего жду от банка, и заинтересован в долгосрочных деловых отношениях со мной как с клиентом, то я сделаю выбор в пользу банка, который он представляет. Ведь от того, сумею ли я принять правильное решение, зависит, как быстро я начну зарабатывать на финансовых продуктах.

Получается, что человеческий фактор имеет первостепенное значение.

Безусловно. Тем не менее работа с физическими лицами — это массовый бизнес. Часто клиент не имеет конкретного консультанта для всех своих банковских операций. Но если банк ценит клиента и он может рассчитывать на индивидуальную консультацию, то здесь как раз важен человеческий фактор.

Значит, не все банки могут обеспечить личных консультантов своим клиентам?

Почему же, могут. У тех, кто работает с физическими лицами, есть и такой опыт. Исключение составляет массовый бизнес, который по разумным ценам можно предлагать только через каналы дистанционного банкинга — ведь часто бывает, что банковские продукты клиента не требуют личной консультации. Но, когда речь идет об индивидуальном консультировании, большую роль играет человеческий фактор.

Есть ли польза от тех программ по повышению финансовой грамотности, в которых Ваш банк принимал участие?

Я хотел бы еще раз остановиться на паспорте, который заполняет клиент перед приобретением финансового продукта. На сегодняшний день законодательство не требует его обязательного применения. Но мы сами заинтересованы в том, чтобы наши клиенты нам доверяли. Если клиент возвращается к нам и он доволен, то для банка это большой успех. Нам не нужны судебные разбирательства с клиентом. Это мешает работе банка, ухудшает его репутацию. Главное, чтобы клиенты знали, чего они хотят. С такими клиентами выстраиваются наиболее эффективные отношения. Безусловно, мы стараемся идти в ногу со временем, готовим собственные кадры. Здесь важно, чтобы банковский консультант смог донести информацию до клиента и при этом убедиться, что тот ее понял.

В чем Вы видите залог успеха?

Сейчас свидетельством успеха принято считать узкие экономические показатели. Если доход компании достиг уровня в несколько десятков миллионов долларов, то ты — хороший менеджер и получаешь за это бонусы и т.д. Кризис показал, что многочисленные на первый взгляд незначительные факторы тоже играют важную роль в достижении намеченной цели. В банках формируется новое поколение менеджеров. На внутренних конференциях одной из центральных тем является адаптация менеджеров к новым экономическим реалиям, которая позволит им не потеряться, найти свое место в управлении бизнесом. Очень важно, чтобы менеджер, занимаясь бизнесом, оставался личностью.

Вы больше 20 лет связаны с Россией. Какой день за это время был для Вас самым ужасным?

Наверное, это 17 августа 1998 г. Мы тогда только начали оперативную деятельность в России.

Много потеряли... Момент был очень неприятный, потому что не ясно было, когда ситуация начнет улучшаться и будет ли она улучшаться вообще. Но, слава богу, эта ужасная фаза была относительно короткой.

А самый счастливый день?

Ну, было много хороших моментов. Может быть, когда я решил переехать в Россию и приступить к работе на той должности, которую сейчас занимаю. Это было четыре года назад. Правда, вначале я не предполагал, что задержусь здесь на столь долгий срок.

Вы обеспокоены судьбой своих дивидендов?

Нет. В связи с кризисом получить дивиденды стало гораздо сложнее. Появились новые критерии оценки работы, нужны новые способы решения задач. Но ситуация не безнадежная. Я совершенно уверен, что получу дивиденды в ближайшем будущем.

Т.е. Вы уверены в завтрашнем дне?
Да.

Как Вы относитесь к «золотым парашютам»?

Вопрос компенсации сейчас очень активно обсуждается. Думаю, что в любом бизнесе менеджер должен иметь возможность получать вознаграждение по результатам своего труда. Просто надо определить адекватные критерии оценки этих результатов. Такие критерии должны быть прозрачными для наемного сотрудника. Если человек хорошо делал свою работу и предприятие благодаря ему достигло значительных экономических показателей, то ничего предосудительного в «золотом парашюте» я не вижу. Все зависит от конкретной ситуации. Конечно, в настоящий момент существует нравственная сторона вопроса. Банки брали деньги у государства и налогоплательщиков. Те менеджеры, которые довели банки до плачев-

ного состояния, виноваты. Поэтому общество справедливо задается вопросом: насколько такие менеджеры заслуживают компенсации и за что?

Что прежде всего работает на репутацию?

Сегодня у менеджеров из банковского сектора довольно плохая репутация. И нужно проанализировать, почему так случилось. В кризисных ситуациях часто ищут виноватых. В данном случае проще всего сказать, что виноваты банкиры. Но у банкиров есть возможность поправить репутацию, ведя через СМИ диалог с обществом. Нельзя сказать, что виноваты только банкиры. Были случаи, когда сами банкиры говорили, что им нужен постоянный контроль и если бы он был, то удалось бы избежать некоторых ошибок. Нужно понимать, что банковский сектор жизненно важен для экономики.

■

ПЭС 10083/31.03.2010

В любом бизнесе менеджер должен иметь возможность получать вознаграждение по результатам своего труда.

