

енты, специально для них разработана линейка продуктов», — делится планами Екатерина Аникеева.

НМБ в 2011 году планирует удвоить корпоративный портфель. Банк считает наиболее перспективными отраслями торговлю, а также энергетику, дорожное строительство, машиностроение, металлообработку и производство строительных материалов. «Сейчас в этих сферах намечаются серьезные проекты, восстанавливаются связи с поставщиками и рынки сбыта, а значит, растут и потребность компаний в кредитных ресурсах, и платежеспособность. Вдвойне интересны для банка компании, имеющие государственные контракты, — в силу наличия дополнительных гарантий», — считает Владимир Женов. С осторожностью, по его словам, банки кредитуют компании строительного комплекса, лизинговые компании и сельскохозяйственные предприятия.

Активная борьба за клиента развернулась в сегменте МСБ. Потенциальные заемщики в этом секторе есть, но главная трудность — правильно оценить их финансовое положение, отмечают банкиры. Екатерина Аникеева, работая с представителями МСБ, обращает внимание прежде всего на «прозрачность бизнеса и перспективы стабильного развития». «Несмотря на плюсы, которые сулит прозрачное ведение бизнеса, далеко не все предприниматели заинтересованы в выходе „из тени“», — замечает Владимир Женов. А в 2011 году прозрачность малых предприятий снизится еще больше, прогнозирует собеседник. Причиной, по его мнению, станет резкое повышение ставки единого социального налога: «МСБ, который мы с таким трудом на протяжении всех последних лет вытаскивали из тени, снова перейдет на «серые» схемы и станет еще более непрозрачным со всеми вытекающими последствиями». Но непрозрачность не смущает банкира. «Практика показывает, что в большинстве своем малые предприятия входят в число наиболее дисциплинированных и ответственных заемщиков», — объясняет он.



Нехватка заемщиков среди крупного и среднего бизнеса заставила банки обратить пристальное внимание на розницу

ФОТО ОЛЕГА ХАРСЕЕВА

Именно нехватка заемщиков среди крупного и среднего бизнеса привела к тому, что банки активно разворачивают линейку розницы. По данным ЦБ, рост розничных кредитных портфелей банков по итогам 2010 года составил 14,3%, объем — 3,5 трлн руб. Фактически объемы выдачи сравнялись с докризисным уровнем, отмечают аналитики НБ «Траст». В текущем году, по их прогнозам, сохранится позитивная динамика объема кредитного портфеля физлиц. «Население, которое ощутило, что угроза увольнения миновала, а уровень доходов стабилизировался, отреагировало повышением спроса на заемные средства для потребительских целей», — объясняет текущий тренд господин Женов. Финансист характеризует текущий уровень конкуренции в розничном сегменте как «жесточайший», поэтому, по его словам, банки вынуждены, несмотря на падение маржи, продолжать снижать ставки по кредитам и пересматривать другие условия в пользу клиентов, предлагать новые виды по-

требительских кредитов с более выгодными и гибкими условиями. «Клиенты готовы занимать, и розница — один из наиболее перспективных сегментов для банков», — убеждена Наталья Ткачева. В доказательство своих слов она приводит результаты работы новосибирского филиала: за прошедший год объемы кредитования выросли втрое, до 712 млн руб. НМБ выдал 1,5 млрд руб. розничных кредитов, что в 2,3 раза больше, чем за аналогичный период предшествующего года, объем портфеля на начало года составил 1,47 млрд руб.

Наиболее быстрорастущий сегмент в розничном кредитовании — это кредитные карты, единодушно банкиры. «Именно этот сегмент показал наибольший рост портфеля по результатам работы новосибирского филиала: по итогам года рост составил 67%, до 492 млн руб.», — сообщил управляющий филиалом ВТБ 24 в Новосибирске Александр Павленок. Он отмечает, что по динамике прироста портфеля кредитные карты сравня-

лись с потребкредитами (67%, размер портфеля — 4,4 млрд руб.) и обогнали автокредиты (35%, размер портфеля — 572 млн руб.). Важным моментом в развитии направления кредитных карт, по мнению госпожи Ткачевой, является канал продаж. Хорошие результаты ОТП банка (+80% в целом по РФ) объясняются в том числе стартом пилотных версий новых каналов продаж: DSA (реализация карт в фирменных точках продаж), Inbound (реклама с коротким номером, на который можно позвонить для заполнения заявки на карту), DM (отправка предложений по почте новым клиентам).

Кредитные карты, убеждены участники рынка, позволяют банкам снизить не только операционные издержки, но и риски, а также облегчить обслуживание кредитов. К тому же для клиентов карты с возобновляемым лимитом и грейс-периодом также означают гораздо более широкие возможности в распоряжении кредитными средствами.

Яна Янушкевич

21-22 апреля 2011 года, Новосибирск
Конгресс-отель «Новосибирск» (Вокзальная магистраль, 1)

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ФОРУМ

СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СИБИРИ ДО 2020 ГОДА. НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ — РАЗВИТИЕ НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЕЙ И ПРОИЗВОДСТВ

Темы для обсуждения:

- Особенности и перспективы развития инновационной деятельности в регионе
- Создание благоприятной правовой, экономической, социальной, творческой среды для развития инноваций
- Механизмы государственной поддержки и продвижения инновационных проектов на внешние рынки
- Усиление роли бизнес-экспертного сообщества области в развитии инноваций
- Анализ рыночных тенденций, оценка существующих мощностей и возможности их использования — основа инновационной политики и финансовых решений

По вопросам участия и регистрации обращайтесь:
(383) 212-04-49, 212-04-65, 212-04-66, conference@kommersant-nsk.ru

Коммерсантъ®

Организатор форума

Коммерсантъ СИБИРЬ

<http://sibir.kommersant.ru>