

Сбербанк: всегда на подъеме

Среднерусский банк Сбербанка России подвел итоги работы за 2012 год. В Москве в ходе пресс-конференции председатель СРБ Олег Смирнов отметил рост всех основных бизнес-показателей кредитного учреждения

Один из крупнейших территориальных банков Сбербанка России, ведущий деятельность на территории Московской, Тульской, Брянской, Рязанской, Тверской, Калужской и Смоленской областей, не только не ослабил своих лидирующих позиций на рынке в прошлом году, а, наоборот, укрепил. В целом Среднерусский банк увеличил активы на 18% — до 1,04 трлн рублей. Его операционный доход достиг 76,6 млрд рублей, что на 30% больше, чем в 2011 году. Наибольший прирост — 43% — обеспечило отделение Сбербанка России по Московской области. Кстати, наряду с ним в лидерах по абсолютному значению операционного дохода — Тверское отделение СРБ (6,5 млрд рублей).

Среднерусский банк по-прежнему занимает веду-



щие позиции на рынке кредитования физических и юридических лиц. По данным на 1 января текущего года, кредитный портфель в сегменте частных кредитов составил 230 млрд рублей. Здесь удалось добиться наибольшего роста — 43%, или около 70 млрд рублей в абсолютном значении. Одновременно с этим на 1,4 пункта — до

34,3% увеличилась доля Сбербанка на рынке кредитования физических лиц на территории Среднерусского банка.

Количество привлеченных средств также увеличилось на 18%, или 108 млрд рублей. В целом же объем депозитов составил 712 млрд рублей.

Кредитование бизнеса также было и остается од-

ним из основных приоритетов работы Среднерусского банка Сбербанка России. За год размер портфеля юридических лиц увеличился на 19% и равняется 470 млрд рублей. Остатки срочной задолженности по кредитам составили 451 млрд рублей (на 20% больше, чем в предыдущем году), а объем среднедневных остатков в IV квартале 2012 года — 445 млрд рублей (на 26% больше).

В деле кредитования малого бизнеса Сбербанк занимает все более и более значительное место. Общий объем кредитного портфеля для небольших предприятий увеличился на 76% и составил 27,37 млрд рублей. Примером для остальных стало Рязанское отделение банка, показавшее прирост в 1,68 млрд рублей, или 127%. Рост объемов кредитования микробизнеса еще более впечатляет — за год это порядка 6,05 млрд рублей, или 133%. Таким организациям выдано 10,44 млрд рублей.

Объем средств юридических лиц на счетах Среднерусского банка за 2012 год увеличился на 20 млрд рублей (13%) и составил 183 млрд рублей. А размер их среднедневных ос-

татков в IV квартале прошлого года равен 156 млрд рублей, что на 23% больше, чем за аналогичный период 2011 года.

Вместе с увеличением бизнес-показателей банком ведется активная работа по реформатированию офисов. Так, в прошлом году было открыто 180 новых подразделений, в том числе 91 офис базового и 50 офисов расширенного формата, 22 модульные останочные конструкции, пять офисов самообслуживания, четыре центра развития бизнеса, четыре VIP-офиса, два мини-офиса и Центр ипотечного кредитования. В итоге план по открытию внутренних структурных подразделений выполнен на 103%. Впрочем, останавливаться на достигнутом Сбербанк не собирается. На 2013 год запланирован запуск 144 реформатированных отделений банка, причем 31 из них уже открыто в I квартале. В текущем году будут внедрены новые форматы подразделений — корпоративно-инвестиционный центр (КИЦ) и офис-трансформер.

Не отстает в расширении сети Среднерусского банка и его тверское отде-

ление — в 2012 году были преобразованы восемь офисов, в том числе открыт офис формата VIP. А в текущем году намечается реформатирование еще 12 отделений.

В целом, как отметил председатель СРБ Олег Смирнов, Среднерусский банк в 2012 году показал хорошие результаты по всем основным направлениям деятельности. Однако кроме наращивания объемов кредитных портфелей и привлеченных средств банк заботится и об обеспечении качественного сервиса.

— Одной из приоритетных задач для банка в прошлом году было повышение качества обслуживания клиентов, — поделился он. — Была разработана и внедрена программа специальных мероприятий. Она позволила добиться существенного прогресса в этом сегменте деятельности СРБ. В Сбербанке действует индекс качества обслуживания, план по которому Среднерусским банком был выполнен в 2012 году на 110,58%. В 2013-м мы будем продолжать работу и в этом направлении.

Ирина ТЮРИНА

ПРАВИЛА ИГРЫ

Сидит буржуин да посмеивается

Сегодня, казалось бы, даже самый искусственный покупатель может найти в магазинах все, что душа пожелает. Но душа — субстанция непредсказуемая, поэтому желает подчас невозможного

Наевшись по уши ярко упакованной, но, как правило, насквозь пропитанной всяческими синтетическими добавками и стабилизаторами импортной продукции, душа жаждет своего — местного, натурального, живого. Но выбор Тверской продукции в магазинах города, увы, оставляет желать...

Мы обратились к депутату ЗС Тверской области Максиму Ларину с вопросом: почему так сложилось, что собственной продукции днем с огнем не сыскать в торговых точках Твери?

— Максим Владиславович, кажется вполне очевидным, что, например, на кировском рынке пивного напитка лидирующие позиции должен занимать «Вятич», на барнаульском — Барнаульский пивоваренный завод, на тверском — «Афанасий»...

— Ваше недоумение понятно. Не могу говорить об особенностях выживания местного производителя и других субъектов, а вот об особенностях нашего региона постараюсь рассказать.

Во-первых, структура торговых точек. Посмотрите вокруг — все больше и больше места занимают

крупные, так называемые федеральные торговые сети: «Карусель», «АТАК», «Ашан», «Магнит», «Пятёрочка», «Лента» и т.п. Много ли в них продуктов местного производителя? Нет. «Машину сбыта», запущенную и управляемую зачастую иностранным капиталом, абсолютно не интересует поддержка производителей. Дешево купить, подороже продать — вот цель. Вы хотите продать свой натуральный продукт, но раз он качественный, значит, не может быть дешевым, нам такое не надо — вот позиция крупных сетевых игроков. А вы думаете откуда акции, скидки и прочие рекламные трюки? Те производства, которые дорожат репутацией и трепетно относятся к качеству своей продукции, испытывают трудности по вхождению в местные сети. Принцип «дешево и сердито», который сегодня проповедуют торговые сети, ответственные местные производители никак не могут поддержать.

Далее, даже если и удастся договориться с торговыми точками, то везде нужны преференции (читай: отчисления) в виде бонусов, акций, скидок, услуг по мониторингу и т.п. Раздутые до умопомрачения пивные транснациональные монстры, управляемые из оффшорных юрисдикций («Балтика», «САН ИнБев» и т.п.)

в сегодняшних непростых условиях после принятия нового закона о рекламе недолго думали, куда направить многомиллионные рекламные бюджеты — совершенно спокойно они тратят их на эти са-

мые бонусы и преференции. Как в таких условиях местным производителям тягаться с толстосумами за место на полке магазина?

В-третьих, ВТО, в которое вступила Россия. Практически во всех отраслях царит неразбериха, действующие у нас правила и ГОСТы перекраиваются под требования стран, выторговавших себе более выгодные условия по членству в ВТО. Наш собственный технический регламент не принят, с Таможенным союзом разобраться не можем: уже надо бы сертифицировать продукцию на соответствие этим требованиям, а требований четких нет, органы по сертификации сами не аккредитованы на такие процедуры. Зато вольготно чувствуют себя органы надзора и контроля.

В-четвертых, на руку производителям дешевого пива играет недостаточная информированность населения. Никогда и ни за что не поверю, что «живой» продукт может храниться при 30-градусной жаре полгода. Я достаточно хорошо знаком с такими образцами «живой» продукции. Если потребителю наплевать и «пипл хавет все, что есть», то продавец, конечно, будет держать у себя продукт, который можно, не прилагая лишних затрат и усилий, хранить в кладовке, а не в особых прохладных условиях — зачем дополнительные траты и лишняя головная боль?

— Что делать в сложившихся условиях? Как можно исправить ситуацию?

— Как исправлять эту ситуацию? Я считаю, что без соответствующей поддержки на законодательном уровне, на уровне власти субъекта местные производители находятся практически под угрозой вымирания. Не понимаю, почему до сих пор наши коллеги-депутаты Федерального Собрания РФ не обратили внимания на эту суперважную проблему. Ведь все прекрасно отдают себе отчет в том, что местный производитель — это рабочие места, налоговые отчисления, пополнение бюджета региона, одно производство зачастую поднимает за собой другое. Так, потребители сельскохозяйственной продукции (например, ячменя) способствуют процветанию сельского хозяйства. Где здесь национальная продовольственная безопасность?

Интересна была бы и идея создания союза местных производителей под единой целью: качественная продукция на процветание и развитие региона. К сожалению, сейчас не вижу движущей силы, которая могла бы это реализовать. Обращаясь же к потребителю, могу сказать одно: помните — покупая товары местного производителя, вы приобретаете качественный продукт, потому что те, кто его производит, живут рядом с вами, ездят в одном общественном транспорте, работают на соседнем дачном участке и дорожат своей репутацией в отличие от тех, кто пришел в Россию только делать «бабки». И помните, что с каждой вашей покупки часть



Максим ЛАРИН:

«Машину сбыта», запущенную и управляемую зачастую иностранным капиталом, абсолютно не интересует поддержка производителей. Дешево купить, подороже продать — вот цель».

денег идет на пенсию ваших дедушек и бабушек, благоустройство детского сада, в который ходит ваш ребенок, а не за бутор, где сидит буржуин да посмеивается.

Ирина ИВАНОВА