

Study of bank lending to medium-sized enterprises

Petrova O.

Анализ кредитных взаимоотношений банка с предприятиями среднего бизнеса

Петрова О. В.

*Петрова Олеся Владимировна / Petrova Olesya – магистрант,
кредитно-экономический факультет;
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
г. Москва*

Аннотация: статья посвящена анализу развития рынка кредитных отношений с предприятиями среднего бизнеса. Выделены особенности развития рынка банковского кредитования среднего бизнеса. Предлагаются меры по совершенствованию банковского кредитования предприятий среднего сегмента в современных условиях.

Abstract: the article is devoted to the analysis of development of credit relations with medium-sized businesses. There are the features of the development of bank lending in the midmarket. There are measures to improve this area of bank landing under current conditions.

Ключевые слова: банки, кредитование, предприятия среднего бизнеса.

Keywords: banks, lending, medium-sized enterprises.

Развитие мировой экономики убедительно доказывает важнейшую роль средних предприятий в национальной хозяйственной системе. Они содействуют борьбе с безработицей путем создания новых рабочих мест, формированию нормальной конкурентной среды. Большая часть производимых в стране товаров и услуг создается на предприятиях, относящихся к среднему бизнесу. Поэтому политика, адаптированная под его возможности, ресурсы и цели, является решающим фактором успеха национального развития.

На сегодняшний день средний бизнес играет в отечественной экономике существенно менее важную роль, чем в развитых странах. Из этого следует, что в настоящее время уровень развития предприятий среднего сегмента в России в полной мере не соответствует потребностям экономики и не отражает его потенциал в формировании ВВП. Данное обстоятельство во многом обусловлено некомфортными условиями кредитования и трудностями в доступе к кредитным ресурсам представителям среднего бизнеса.

Для банковского сектора кредитование субъектов среднего бизнеса означает не только получение дохода в отдельном сегменте кредитования, но диверсификацию кредитных рисков, увеличение объемов дополнительных доходов.

Актуальность исследования кредитных взаимоотношений банка с предприятиями среднего бизнеса обусловлена необходимостью выработки путей увеличения емкости этого рынка путем взаимовыгодного сотрудничества между банками и предприятиями, расширения доступности кредита.

Объем кредитного портфеля среднего бизнеса на конец 2015 года вырос на 4% против 6% за 2014 год и достиг 6,19 трлн руб. На динамике кредитования среднего бизнеса отразилось ужесточение кредитных политик банков на фоне роста просроченной задолженности. Дополнительное давление на рынок оказал рост ставок по кредитам в среднем на 1,5-2 п.п., связанный с удорожанием фондирования для самих банков, основной акцент банкиры делают на низкорискованные продукты с «твердым» залогом и некредитные сервисы [5].

Темпы прироста портфеля среднего бизнеса впервые за последние три года оказались ниже темпов кредитования крупного бизнеса. На фоне ограничения доступа к иностранным рынкам капитала, российский крупный бизнес начал активнее фондироваться внутри страны, что позволило данному сегменту обогнать по темпам роста кредитование среднего бизнеса [4].

Поскольку ВТБ выделяет и рассматривает средний бизнес в отдельности от других сегментов, а также Банк является системно значимым для банковской инфраструктуры и экономики в целом (доля рынка в кредитовании юридических лиц составляет 16,5%, 2-е место по банковской системе страны), считаем целесообразным проанализировать тенденции кредитования средних предприятий на его примере [3].

Как только ВТБ внедрил Программу по развитию среднего бизнеса, кредитный портфель увеличился более чем в 3 раза за 2014 год. Но в 2015 году портфель сократился на 24% (рисунок 1). Это связано с тем, что на протяжении 2015 года Средний Корпоративный Бизнес ВТБ продолжал придерживаться жестких стандартов выдачи кредитов и управления рисками, а также отдавать приоритет развитию документарного бизнеса с клиентами высокого кредитного качества.

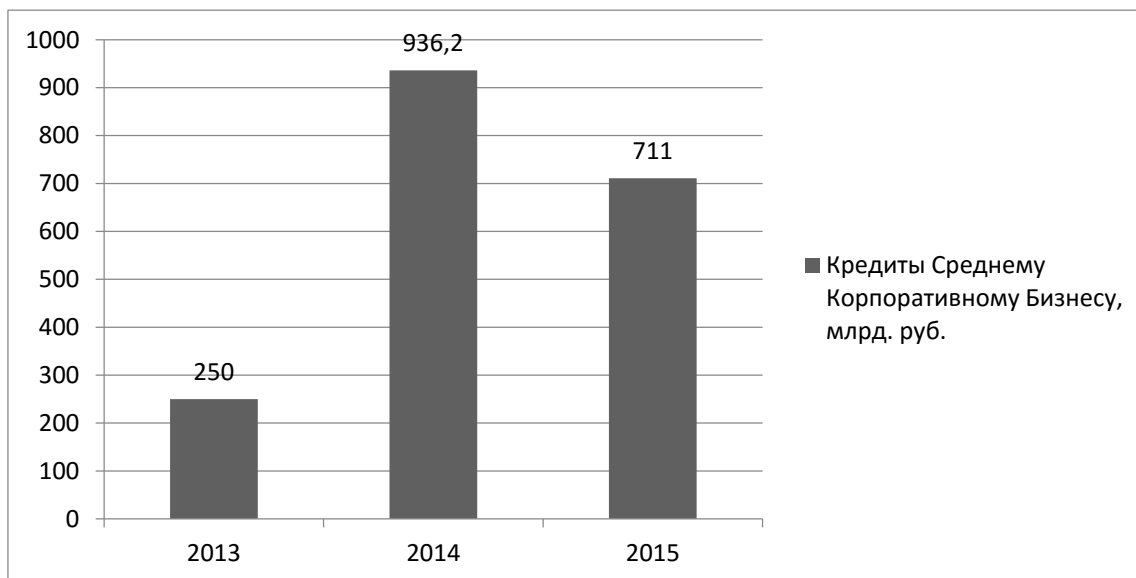


Рис. 1. Объем кредитного портфеля среднего бизнеса в ВТБ за 2014 – 2015 гг., млрд руб.

Источник: ПАО ВТБ. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vtb.ru/> (дата обращения 01.02.2016).

Вторая половина 2014-го и 2015 год внесли серьезные коррективы в стратегию. Она предполагала довольно серьезный рост по всем показателям.

Группа ожидала, что в среднесрочной перспективе именно сегмент кредитования среднего бизнеса будет расти более высокими темпами, чем корпоративное кредитование в целом.

Однако основная задача в 2015 году состояла в том, чтобы помочь клиентам пережить турбулентность на рынке. Во второй половине 2014 года обесценение национальной валюты и существенный рост процентных ставок усилили тенденцию снижения деловой и инвестиционной активности клиентов среднего бизнеса. Собственники частных компаний стали более консервативно оценивать инвестиционные проекты. Например, по проектам, связанным с закупкой импортного оборудования, возникла необходимость пересмотреть прогнозы и оценки прибыльности.

Несмотря на сокращение кредитного портфеля среднего бизнеса, у Банка наблюдается рост вкладов (рисунок 2).

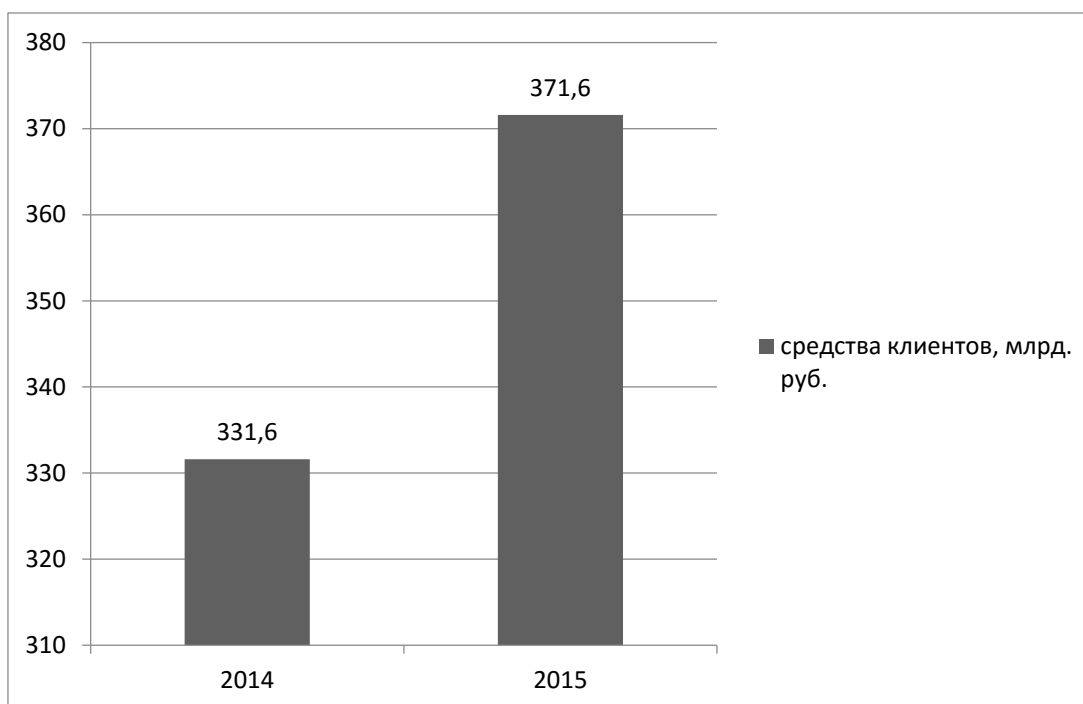


Рис. 2. Средства клиентов среднего бизнеса ВТБ, млрд руб.

Источник: ПАО ВТБ. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vtb.ru/> (дата обращения 01.02.2016).

Рост вкладов средних предприятий в ВТБ за 2015 год составил 12% за счет новой модели работы с клиентами данного сегмента. Под средний бизнес перестроили управленческую модель. Ранее она была продуктовой: основу составляли кредитные и инвестиционные подразделения и те, которые занимались транзакционным бизнесом для всех категорий юридических лиц. Сейчас продуктовые подразделения разделены по типу клиента.

Кроме этого, изменена и модель взаимодействия с клиентами. Работа с некрупными заемщиками стала более гибкой и оперативной. Собственник предприятия покупает не продукт, он ищет партнеров. И логика создания глобальной бизнес-линии как раз предполагает, что, в отличие от крупного бизнеса, здесь предлагается сразу весь пакет, а не отдельные продукты.

Рассмотрим динамику чистой прибыли, которую генерируют средние предприятия (рисунок 3).

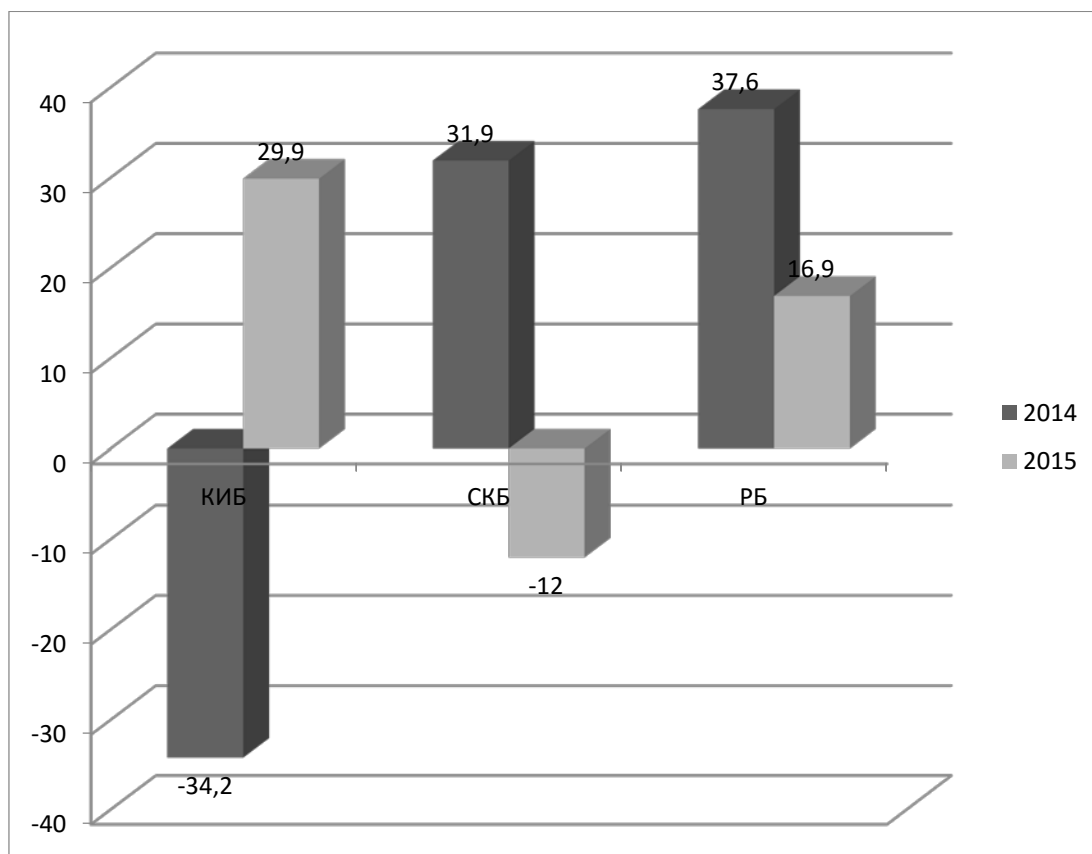


Рис. 3. Чистая прибыль ВТБ в разрезе сегментов: Корпоративно-инвестиционный банковский бизнес, Средний корпоративный бизнес и Розничный бизнес

Источник: составлено автором по данным ПАО ВТБ. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vtb.ru/> (дата обращения 01.02.2016).

В 2014 году чистая прибыль Банка составила 0,8 млрд руб., сократившись с 2013 года на 99,2%. На фоне такого резкого снижения показателя прибыль сегмента «Средний корпоративный бизнес», доля активов которого составляет всего 7%, составила 31,9 млрд руб., тогда как сегмент крупных корпоративных клиентов демонстрировал убыток в размере 34,2 млрд руб. Таким образом в 2014 году средний бизнес показал рентабельность активов в 12,9%, что говорит об эффективном использовании активов.

В 2015 году средний бизнес был убыточен для Банка, что объясняется совокупностью факторов. Качество активов банковского сектора снижалось на фоне замедления экономического роста. Нарастание объема просроченных кредитов способствовало увеличению отчислений в резервы под обесценение кредитного портфеля. Объем резервов вырос на 43%. Увеличение расходов на создание резервов привело к значительному снижению прибыльности.

Данную тенденцию можно проследить также на примере ЮниКредит банка (рисунок 4).

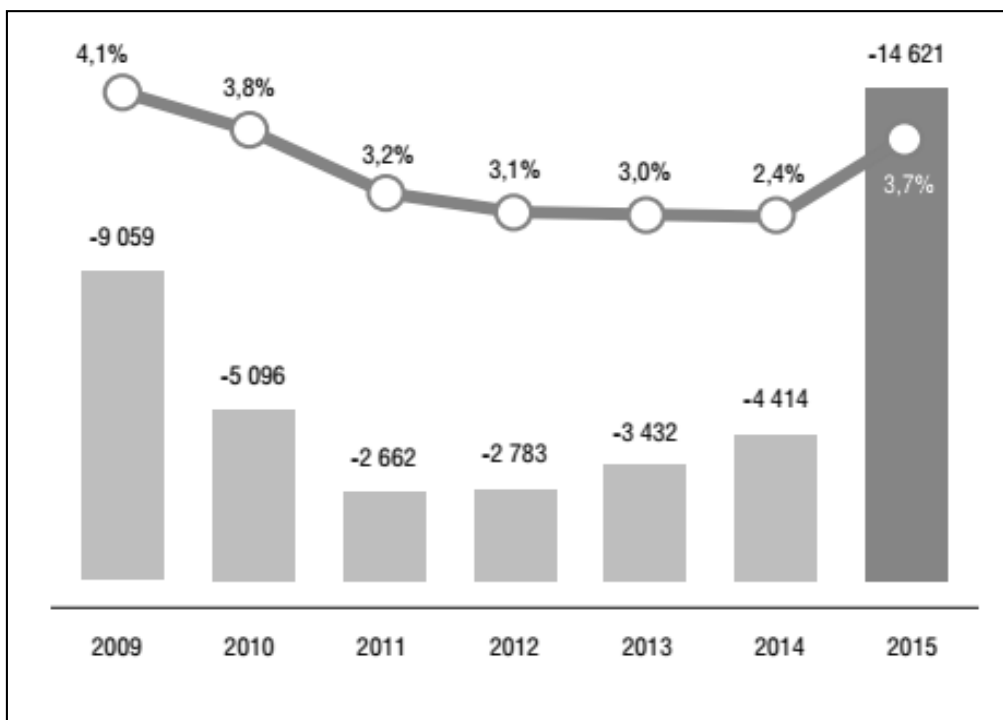


Рис. 4. Расходы на резервы под обесценение кредитов в АО ЮниКредит банке, млн руб., коэффициент покрытия

Источник: АО ЮниКредит банк. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.unicreditbank.ru/> (дата обращения 01.02.2016).

Совокупные резервы под обесценение кредитов в 2015 году выросли на 12669 млн рублей до уровня в 33 449 млн рублей. Доля обесцененных кредитов в общем портфеле составляет 6,4% на конец 2015 года (3,7% – на конец 2014 года), соотношение резервов к кредитному портфелю повысилось с 2,4% на конец 2014 года до 3,7% на конец 2015 года. Расходы на создание резервов под обесценение кредитов составили 14 621 млн рублей в 2015 году, или увеличились на 10 207 млн рублей по сравнению с аналогичным показателем 2014 года. Соотношение резервов к кредитному портфелю по обесцененным кредитам составляет 50,2% [6].

Помимо отчислений в резервы, сокращению чистой прибыли способствовало сжатие чистой процентной маржи на фоне резкого удорожания стоимости фондирования и невозможности полностью переложить эти затраты на клиентов.

Таким образом, ВТБ удалось достичь поставленных задач, а именно:

- выделение среднего бизнеса в самостоятельный операционный сегмент;
- существенное сокращение расходов сети и головного офиса, связанных с обслуживанием среднего бизнеса;
- формирование значимого вклада бизнес-линии в финансовые результаты Группы.

Однако планы сорвала нестабильная макроэкономическая ситуация в экономике страны, которая не дает в полной мере оценить тенденции кредитования средних предприятий.

Заключение

Таким образом, выделение сегмента банковского обслуживания среднего бизнеса происходит из-за недостаточного охвата услугами кредитования. Конкуренция здесь приемлемая или даже низкая, а потенциал роста числа клиентов огромный, доходность выше, чем по крупным клиентам.

Банки, выделяющие средний бизнес, и продвигающие в своей деятельности услуги для данного сегмента, привлекают надежных и перспективных клиентов, которые прекрасно ориентируются в банковских предложениях, востребованы многими банками, т.к. их бизнес стабилен, они достаточно давно существуют на рынке и используют большое количество банковских продуктов.

При этом для минимизации просроченной задолженности и для повышения прибыльности банков при кредитовании среднего бизнеса большое значение имеет правильное определение кредитоспособности клиента. Важной проблемой является выбор оптимального метода ее оценки. Уровень кредитоспособности клиента определяет степень риска банка, связанного с выдачей ссуды конкретному заемщику.

Вместе с этим государство должно разработать программы для кредитных организаций, чтобы те в свою очередь активизировали программы для среднего бизнеса. Примером может служить стандартная программа субсидирования процентных ставок.

Литература

1. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. 29.12.2015 № 408-ФЗ). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.
2. Альфа-Банк. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alfabank.ru> (дата обращения 30.05.2016).
3. ПАО ВТБ. Официальный сайт банка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vtb.ru/> (дата обращения 30.05.2016).
4. Министерство финансов Российской Федерации. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.minfin.ru>.
5. Центральный банк Российской Федерации. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>.
6. Юникредит Банк. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.unicreditbank.ru/> (дата обращения 30.05.2016).