

Несмотря на появление новых банковских кредитных продуктов (экспресс - кредитование или скоринговое потребительское кредитование), еще очень много мелких предприятий и физических лиц не имеют доступа к заемным средствам. Особенно вдали от областных центров и развитой финансовой инфраструктуры. Каким образом можно улучшить финансирование малого бизнеса? Одним из источников широкодоступного капитала для данных категорий клиентов во всем мире являются микрофинансовые организации. Сейчас они начали активно развиваться и у нас. // Ирина Слюсарева. "Финансовый аналитик" № 9.

Микрофинансовая организация, как ясно из названия, занимается выдачей небольших займов (микрораймов) и предоставлением других финансовых услуг. Микрорайм - это, конечно, не строгое определение. По резонному замечанию директора Российского микрофинансового центра (РМЦ) Михаила МАМУТЫ, на расстоянии ста километров от МКАД уже никому не кажется смешным кредит в объеме одной-двух тысяч долларов. Размер кредитной «порции» в такой протяженной стране, как Россия, не может быть унифицированным. В регионах он меньше, в столицах больше... Наверное, микрораймом может считаться такой, который для обычной кредитной программы находится за гранью рентабельности.

«Четко выделить микрофинансовый рынок сложно, - говорит Михаил МАМУТА, - поскольку в разных странах неудовлетворенный спрос в финансовых ресурсах испытывают разные прослойки людей. В России малые предприятия и индивидуальные предприниматели появились очень быстро. Уровень жизни, особенно в провинции, тоже упал очень быстро. Поэтому прослойка потребителей микрофинансовых услуг получилась довольно широкой. Сегодня потенциальный спрос на финансовые услуги только в области предпринимательского кредитования составляет не менее \$5-7 млрд., а емкость рынка потребительского кредитования составляет, полагаю, не менее \$20-25 миллиардов».

По данным Национального института системных исследований проблем предпринимательства, потенциальный рынок микрофинансовых услуг - это от 2 до 3 миллионов субъектов малого предпринимательства, а оценочный размер рынка - около \$4 млрд.

Теоретически, это достаточно большой рынок и банки не могут полностью его обслужить. Причины хорошо известны: работа по выдаче большого количества мелких кредитов является в классическом кредитном процессе низкорентабельной, территориальное проникновение банковской сети в основном ограничивается областными и крупными районными центрами.

Для банка не составляет труда выдать, скажем, кредит на полмиллиона долларов хорошо известному заемщику, финансовое состояние которого банку или известно, или не составляет особого труда оценить. Если к тому же кредит обеспечен ликвидным залогом, особых вопросов не возникает. Но, по данным Российского микрофинансового центра, большинство отечественных МФО предоставляют займы на развитие бизнеса в размере от 300 до 3000 \$. Иными словами, если бы банк решил выполнить ту же работу, ему пришлось бы выдавать те же полмиллиона, но только раздробив их на 300-1000 порций. А выдача любой порции - будь то \$100 или \$100 тысяч - имеет примерно одинаковую трудоемкость. К тому же у большинства этих заемщиков не имелось бы ни кредитной истории, ни залогового обеспечения. И спрашивается, что банку выгоднее за одинаковую в том и другом случае маржу?

Однако малому бизнесу нужно откуда-нибудь брать деньги. И ему ни к чему полмиллиона: требуется именно мелкий кредит.

Да, у него нет (и не может быть) активов, которые годятся в качестве залогового обеспечения. Но было бы ошибкой считать, что в силу своей бедности, малый бизнес является ненадежным заемщиком. Как раз наоборот! Человек, у которого имеется одна-единственная возможность подняться, вряд ли станет относиться к этой возможности безответственно. «Микробизнес и вообще малообеспеченные слои населения - прекрасные заемщики, - говорит Михаил МАМУТА. - Они относятся к взятым на себя обязательствам с предельной ответственностью. Особенно высока их лояльность по отношению к кредитору, если тот предлагает не единичный заем, но долгосрочную стратегию сотрудничества. Именно такова стратегия работы МФО. Она направлена на повышение уровня капитализации клиента. Когда у людей остается больше собственных средств, они могут реинвестировать их в развитие бизнеса. На каком-то этапе у них может появиться шанс привлечь венчурное финансирование, выйти на фондовый рынок, - словом, сделать то, что недоступно, если не имеешь ни копейки за душой. И не стоит рассчитывать, что стартовым капиталом может обеспечить всех желающих государство».

По идее, именно микрофинансовые организации должны стать тем промежуточным звеном, где выдача мелких кредитов уже возможна, но еще нерентабельна для банков.

Они и являются таким звеном, в том числе в России. Но развитие сектора микрофинансирования в отечестве идет менее активно, чем, наверное, хотелось бы. По совершенно объективным причинам: МФО тоже должны где-то рефинансироваться.

По мнению экспертов, среди источников внешнего финансирования для МФО в настоящий момент присутствуют: средства международных доноров, средства населения, средства бюджетов (в том числе привлекаемые через государственные и муниципальные фонды поддержки малого предпринимательства). Роль банковского финансирования деятельности МФО пока имеет явно не первостепенное значение, хотя есть все основания к его существенному росту.

В докладе Национального института системных исследований проблем предпринимательства «Принципы, опыт и перспективы взаимодействия банков и небанковских микрофинансовых организаций в России», подготовленном по заказу РМЦ, приводятся примеры привлечения микрофинансовыми организациями именно внешнего банковского финансирования.

Особо отмечен опыт МФО «Женская микрофинансовая сеть». В 2000 году ЖМС разработала специальный механизм рефинансирования партнерских микрофинансовых организаций. От международных донорских агентств она получила грант, и часть этих средств разместила на депозит в Промторгбанке, а на оставшиеся деньги купила ценные бумаги. Под залог депозита и ценных бумаг банк предоставил ЖМС кредиты, а ЖМС, в свою очередь, предоставила займы партнерам, уже в розницу. Но, что примечательно, по той же процентной ставке, по которой кредитовалась в банке сама. Теперь, когда у ЖМС появилась кредитная история, ставка банковского процента (который она выплачивает в рублях) снизилась с 36% до 20% годовых в 2003 году. Недавно ЖМС привлекла новую ссуду (с небольшим процентом) от фонда развития микрокредитования при Deutsche Bank, чтобы использовать ее в качестве депозита в Промторгбанке. Кроме того, под кредитное поручительство от Dresdner Bank в \$ 100 тысяч организация получила ссуду от Raiffaisen Bank в размере \$ 200 тысяч.

Государственный фонд поддержки малого предпринимательства Воронежской области в 2001-2002 годах пользовался кредитной линией ОАО «Воронежпромбанк», полученной под гарантии администрации Воронежской области. Кроме того, в одном из районов области, совместно с «Воронежпромбанком», создан муниципальный фонд поддержки малого предпринимательства. Госфонд получал кредиты также от Центрально-Черноземного банка Сбербанка России. Кроме того, ведущие специалисты обоих банков активно участвуют в работе коллегиальных органов фонда - рабочих

групп, кредитного комитета, конкурсных комиссий. Поддержка профессионалов позволила быстро сформировать методику микрофинансирования и выдать пробные займы в самом Воронеже и районных центрах области.

Судя по примерам, приведенным в докладе, наибольшую активность по части сотрудничества с МФО в настоящее время проявляет СБЕРБАНК. Замечены на этом поле также Внешторгбанк и МДМ-банк. Из последних событий, очень важной является системная инициатива Ассоциации Российских Банков (АРБ) по развитию микрофинансирования. В марте 2004 года АРБ и РМЦ было подписано генеральное соглашение о сотрудничестве, в апреле 2004 года в структуре АРБ создан Комитет по развитию микрофинансирования.

Неверно считать, что банки не могут или не должны развивать собственные микрофинансовые программы. Такие примеры существуют: например, успешно работает в сфере микрокредитования КМБ - банк. Однако, как и положено, на первом месте в финансовом бизнесе идет вопрос рентабельности. И именно здесь развитие взаимодействия между банками и МФО, в тех случаях, когда ниже определенной границы непосредственное кредитование микробизнеса банкам невыгодно, может стать шагом, который в итоге приведет к существенному увеличению размера банковских ресурсов, вкладываемых в малый бизнес.

Не забудем: объем рынка микрофинансирования, по самым скромным оценкам, составляет \$4 миллиарда. А суммарный охват этого рынка всеми существующими типами финансовых организаций, по данным Российского микрофинансового центра, пока не превышает 10% спроса.

Эксперты выделяют несколько групповых факторов, влияющих на развитие взаимоотношений МФО и банковской системы. Это:

1. государственная политика (в частности, степень присутствия структур МФО на региональном уровне очень сильно зависит от политики местных властей)

2. законодательное регулирование и правоприменительная практика (в частности, неясности со статусом МФО; а также строгие требования в отношении обеспечения кредита, предоставляемого МФО - зачастую они требуют максимального резервирования, по нормативам ЦБ).

3. недостаточная информированность банков о возможностях МФО

4. наличие рисков, связанных с недостатком информации об объемах и состоянии рынка микрокредитования; отсутствие на этом рынке прозрачной и четко выстроенной отчетности; присутствие больших потоков наличных денег и прочее.

Тем не менее, очевидны и возможные перспективы подобного сотрудничества. Банку выгодно достичь каждого конечного потребителя и взять с него свою маржу, если затраты и риски этого достижения с него будут сняты. Снять их может МФО, выгоды которой также совершенно очевидны: она приобретает источник остро необходимых ей средств (ведь на одни гранты и бюджетные средства не проживешь). И, хотя российские банки не так уж богаты по сравнению с западными, однако на утоление финансовой потребности отечественного малого бизнеса их совокупных ресурсов, пожалуй, могло бы хватить.

Специалисты Национального института системных исследований проблем предпринимательства считают, что взаимодействие банков и МФО может развиваться по нескольким направлениям.

Во-первых, банки могут создавать специальные микрофинансовые подразделения или вводить услугу по микрокредитованию.

Во-вторых, возможно создание относительно независимого розничного центра по микрофинансированию в форме дочерней компании.

Еще одним из способов вхождения банка в сферу микрофинансирования является сотрудничество с уже работающими МФО. Это дешевле и менее рискованно,

## Большой стране позарез нужны маленькие кредиты

Автор: Administrator  
30.11.2012 16:59 -

---

сравнительно с созданием дочерней компании или специального подразделения. Самой простой формой такого сотрудничества является выдача «кредитного ресурса оптом для продажи в розницу». Могут быть реализованы и более сложные формы альянсов. Например, МФО может брать на себя часть работы по утверждению кредитов и по управлению банковскими микрокредитными процессами, поскольку лучше знает этот рынок. От банка такая форма не требует значительных инвестиций и затрат на операционные расходы.

Кроме того, помимо предоставления кредитов, могут иметь место и другие формы совместной работы.

В банк-партнер могут быть переведены депозитные и расчетные счета клиентов МФО и самой МФО. Банк-партнер может предоставлять МФО дополнительные услуги: страховки, лизинг и тому подобное.

Кроме того, микрофинансовая организация работает с малыми бизнесами. А они имеют шанс вырастать. Стать, например, средними. Если «малыш» динамично растет, финансовый аппетит у него тоже хороший. И, если он почувствует, что нуждается во вливании объемом в \$500 тысяч, то за кредитом, скорее всего, обратится в хорошо знакомый банк - тот, в котором вначале брал \$1000. И, поскольку его кредитная история сформирована, к такому заемщику у банка, надо надеяться, вопросов не будет.