

Средний бизнес остается ценным заемщиком как для небольших банков, так и для региональных подразделений федеральных финансовых институтов.



Средний бизнес для многих банков Северо-Запада - одна из самых привлекательных категорий корпоративных заемщиков. Такие компании не могут оказывать давление на стоимость ссуд, в отличие от крупных предприятий, но более прозрачны и устойчивы, чем малый бизнес. Вероятнее всего, конкуренция за средний бизнес в 2012 году усилится: на фоне роста экономических рисков банки будут стремиться к большей диверсификации портфелей, чтобы снизить концентрацию на крупных клиентах, наиболее подверженных влиянию внешних факторов.

После кризиса 2008 года многие коммерческие банки, ранее предпочитавшие конкурировать за крупные ссуды, заявляли о намерении делать упор на среднюю клиентуру. К таким выводам они пришли, обжегшись на зависимости от нескольких крупных заемщиков, при возникновении проблем у которых появляется серьезная угроза для финансовой устойчивости банка. В прошлом году тенденция к смещению акцента в пользу среднего бизнеса усилилась, так как активность госбанков в сегменте крупных заемщиков, государственных контрактов, их ценовой прессинг на рынок, наблюдавшиеся в 2010-м, подтолкнули ряд коммерческих структур отказаться от присутствия в этом сегменте.

Особая каста

Критерии, согласно которым компании можно причислить к средним, банки определяют исходя из структуры портфеля и масштаба. Наиболее распространена классификация, основанная на нормах законодательства, - средним считается предприятие с годовой выручкой от 400 млн до 1 млрд рублей. Например, такого подхода придерживаются в филиале «Петербургский» банка «ГЛОБЭКС», близки к нему и критерии банка «Возрождение» - от 480 млн до 1,2 млрд рублей. У Северо-Западного банка Сбербанка России максимальная планка выше - от 400 млн до 2,5 млрд рублей. Некоторые организации не выделяют такие предприятия в отдельную категорию, объединяя их с малым бизнесом. Так, в Санкт-Петербургском филиале Промсвязьбанка к сегменту малого и среднего бизнеса причисляют клиентов с годовым объемом выручки до 540 млн рублей, в банке «Санкт-Петербург» - от 90 млн до 1 млрд рублей.

Подобную категорию заемщиков можно назвать золотой серединой не только из-за размера бизнеса, но и по соотношению «риск - доходность». В отличие от малого бизнеса, средний уже располагает объемом активов, которые могут выступать ликвидным обеспечением по ссудам. Но диктовать условия по стоимости кредитов, в отличие от гигантов, такие предприятия не могут. Поэтому маржа здесь не сокращается столь ощутимо, как в случае с крупнейшими клиентами.

«В целом уровень риска по таким предприятиям ниже, чем по малым, но несколько выше, чем по крупным заемщикам, - подтверждает начальник управления малого и среднего бизнеса Санкт-Петербургского филиала Промсвязьбанка Александр Хайкинсон. - В то же время средние компании в меньшей степени подвержены влиянию внешних факторов, чем крупные». Это значит, что изменение конъюнктуры на сырьевых рынках или макроэкономические стрессы не так сильно сказываются на их устойчивости. И наконец, средние клиенты позволяют диверсифицировать портфель: как правило, они привлекают суммы в размере от 50 до 150 млн рублей. В большинстве случаев цель займа - финансирование текущей деятельности и покрытие кассовых разрывов, так что банк получает быстрооборачиваемый кредит с приемлемым уровнем доходности.

Привлекают средний бизнес и инвестиционные средства, но опять же не в таких объемах и не на столь длительные сроки, как крупный. «Спросом пользуются кредиты среднему бизнесу с целью формирования и увеличения основных фондов, финансирования затрат, связанных со строительством, модернизацией производства, приобретением оборудования (в том числе в лизинг), разработкой, освоением производства и изготовлением новых видов продукции», - перечисляет заместитель руководителя Северо-Западного регионального центра банка «Возрождение» Владимир Пинчук.

Разумная сдержанность

Рост интереса банкиров к таким заемщикам вполне резонен, однако о повышении кредитной активности среднего бизнеса в прошлом году вряд ли стоит говорить, скорее спрос сохранился на уровне 2010-го. Вероятно, причина и в том, что средний бизнес имеет возможность использовать и собственные ресурсы (чего часто лишен малый), при этом он тщательно просчитывает издержки и не закредитовывается так, как крупные предприятия. Чаще всего средние компании предпочитают кредитоваться в том банке, где у них открыт расчетный счет, максимальное число финансовых организаций, где они обслуживаются, редко превышает две.

«В Сбербанке достаточно кредитных продуктов, которые могли бы удовлетворить потребности среднего бизнеса. Проблема в том, что потенциальные клиенты плохо информированы об этих продуктах, - рассуждает директор управления продаж корпоративным клиентам Северо-Западного банка Сбербанка России Людмила Козяк. - Причина, на мой взгляд, кроется в уровне финансового менеджмента, который у многих средних компаний в целом слабее, чем у крупного и крупнейшего. Более тщательно изучать предложения, сравнивать варианты, особенно в условиях постоянного изменения макроэкономической ситуации, - это ключевая функция финансового менеджмента предприятий, которой средний бизнес порой уделяет недостаточно внимания. При возникновении потребности в кредитовании обязательно нужно обращаться не только в свой банк, но и в другие».

Некий консерватизм присущ таким заемщикам и в выборе банков-партнеров. Кстати, в отличие от крупных структур, подразделения которых работают с теми банками, которые предпочитает головной офис, «середнячки» чаще всего самостоятельны в решении таких вопросов. «Представители среднего бизнеса преимущественно ориентированы на долгосрочное сотрудничество с банками. Такое стратегическое видение руководителей компаний в отношении взаимодействия с потенциальными банками-партнерами определяет ряд требований, - рассказывает Владимир Пинчук. - В частности, выдвигаются требования к программному обеспечению кредитной организации по расчетно-кассовому обслуживанию, внимание акцентируется на удобстве и технологичности документооборота, а также на квалификации сотрудников, которые сопровождают банковские продукты, реализуемые в рамках заключенных с клиентом соглашений».

Наиболее важный момент - гибкая тарифная политика банка и оперативность принятия решений по вопросам предоставления кредитных продуктов. Руководители предприятий оценивают степень ориентированности кредитной организации на клиента и его потребности, добавляет Пинчук.

Продать побольше

Прогнозы на 2012 год с точки зрения как развития экономической ситуации, так и перспектив кредитного рынка весьма расплывчаты. Если не осуществится самый пессимистичный сценарий, при котором банки будут вынуждены почти полностью свернуть кредитную активность, как в 2009 году, то «середнячки» останутся лакомым кусочком как для региональных банков, так и для подразделений федеральных структур.

К наименее рисковому, а значит, наиболее интересному в этом сегменте банкиры относят розничную и оптовую торговлю, ориентированную на массовый рынок. Вполне устойчивым им видится пищевое производство, а перспективным с точки зрения спроса - сельское хозяйство. «В сегменте среднего бизнеса у нас за последний год серьезно увеличилась ссудная задолженность по сельскохозяйственным, рыболовным, строительным компаниям. Так, по рыболовству прирост кредитного портфеля у нас составил почти 260%, а по строительным компаниям - 47%», - отмечает Людмила Козьяк.

Эксперты прогнозируют, что конкуренция за качественных средних заемщиков продолжит расти, в частности, и потому, что такие клиенты интересны банкам с точки зрения перекрестных продаж. В отличие от представителей малого бизнеса, средние компании готовы размещать средства на депозитах, пользоваться зарплатными проектами для сотрудников, прибегать к факторинговым операциям и услугам лизинга.

Санкт-Петербург