

# ***Изменение кредитной политики банков по отношению к малому бизнесу.***

***Особенности банковского предложения в период 2009-2010 гг.***

**Михаил Смирнов, вице-президент НИСИПП,  
генеральный директор консалтинговой компании Финист**

***Наш адрес:*** 107031, Москва, ул. Рождественка, д.6/9/20, строение 1

***Тел./факс:*** +7 (495) 624-65-93, +7 (495) 625-48-15

***Электронная почта:*** [office@nisse.ru](mailto:office@nisse.ru)

# Конъюнктура рынка кредитования



Кредитованияе малого бизнеса оживает:

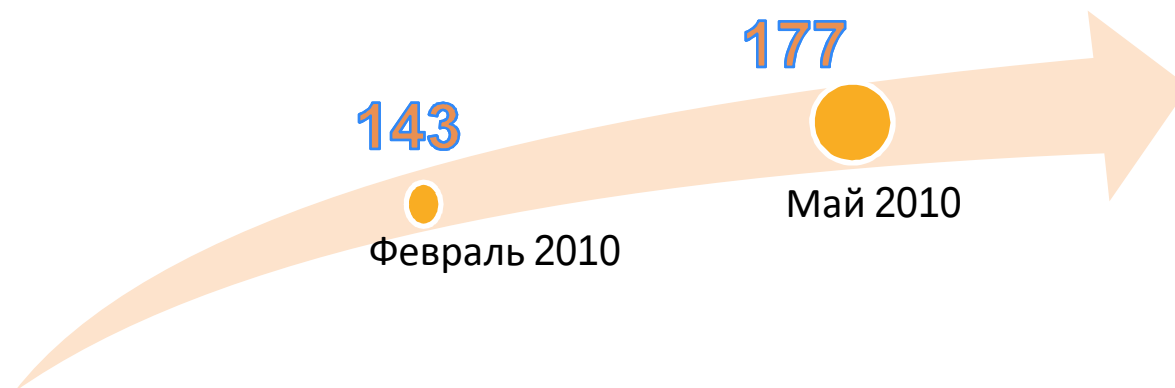
- ✓ банки наращивают маркетинговую активность;
- ✓ смягчается кредитная политика;
- ✓ растет качество консультирования клиентов.

Ситуация с финансами для малого бизнеса начала меняться в лучшую сторону к концу 2009 года.

Так, согласно данным Общероссийской общественной организации «Опора России» , в ноябре 2009 года для 15% предпринимателей привлечь заемные средства стало относительно просто (в январе 2009 года – только для 8%).

Количество предпринимателей, для которых привлечь финансовые средства было сложно или невозможно, сократилось (56% в ноябре против 75% в январе 2009 года).

# Индекс кредитного благоприятствования



В 2010 г. Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства совместно с консалтинговой компанией Финист разработал **Индекс кредитного благоприятствования развитию малого бизнеса.**

Это индекс банковского рынка, отражающий настроения участников, их готовность кредитовать малый бизнес. Основные черты такой готовности – открытость для клиентов (доступность информации о кредитовании), динамичность (изменения предложений для клиентов вслед за конкурентами), стремление к совершенствованию (улучшение качества сервиса, активное консультирование).

# Индекс кредитного благоприятствования



**Индекс кредитного благоприятствования** складывается из частных индексов:

- ✓ Индекс кредитной политики – отражает оценку банком рисков кредитования малого бизнеса, стоимость ресурсной базы банка (объекты оценки: ставки кредитования, требования к заемщику);
- ✓ Индекс маркетинговой активности – является индикатором специализации банка на кредитовании малого бизнеса (объекты оценки: сайт банка, маркетинговые акции, кредитные программы);
- ✓ Индекс качества консультирования – является индикатором уровня организации и контроля продаж в банке (объекты оценки: этапы консультирования клиентов по телефону).

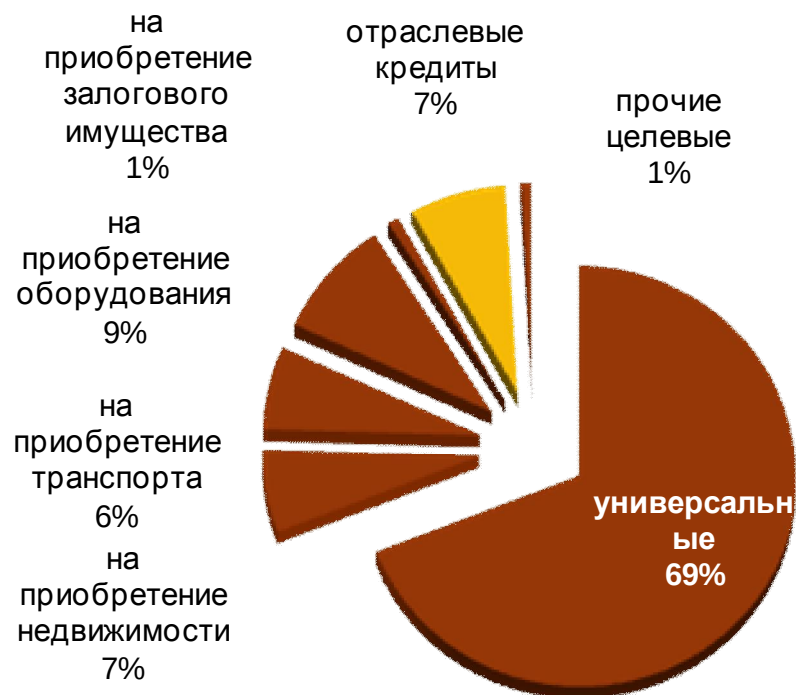
# Базовые ставки быстро снижаются

|                                           | фев 10      | май 10      |
|-------------------------------------------|-------------|-------------|
| <b>Средняя ставка кредитования ТОП-20</b> | <b>20,5</b> | <b>17,8</b> |
| АК Барс                                   | 20          | 19          |
| Банк Москвы                               | 19          | 15          |
| БСЖВ                                      | 20          | 19          |
| Возрождение                               | 16          | 16          |
| ВТБ 24                                    | 19          | 17          |
| Инвестторгбанк                            | 19          | 19          |
| Интеза                                    | 27          | 18          |
| Локо-банк                                 | 18          | 17          |
| МДМ-Банк                                  | 27          | 22          |
| Номос-банк                                | 20          | 20          |
| НТБ                                       | 22          | 17          |
| Промсвязьбанк                             | 25          | 21          |
| Росбанк                                   | 20          | 18          |
| Росевробанк                               | 17          | 16          |
| Россельхозбанк                            |             | 15          |
| СБ Банк                                   | 18          | 17          |
| Сбербанк                                  | 15          | 15          |
| Траст                                     | 24          | 22          |
| Уралсиб                                   | 20          | 17          |
| Юниаструм банк                            | 22          | 17          |

Приведены базовые ставки по кредитам до 12 месяцев



# Растет число кредитных программ



Банки ТОП-20 предлагают **более 110 кредитных программ**. Однако ни не всегда отражают потребности бизнеса. Прежде всего, отмечается недостаток продуктов, имеющих отраслевые специфики.

Универсальный  
продукт

Целевой продукт

Отраслевой  
продукт

# Позиционирование основных игроков

|                          |         | Кредитная политика                                                                   |                                                                                                 |
|--------------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          |         | мягкая                                                                               | жесткая                                                                                         |
| Маркетинговая активность | высокая | Банк Москвы<br>Сбербанк<br>Локо-банк                                                 | Номос-банк<br>Интеза<br>АК Барс<br>Траст<br>МДМ-Банк<br>Промсвязьбанк<br>Росбанк<br>Возрождение |
|                          | низкая  | Росевробанк<br>СБ Банк<br>БСЖВ<br>Россельхозбанк<br>НТБ<br>Уралсиб<br>Юниаструм банк | Инвестторгбанк<br>ВТБ24                                                                         |

Интегральным результатом мониторинга является «карта рынка», отражающая различия в позиционировании отдельных игроков. Основными переменными для группировки банков были выбраны кредитная и маркетинговая политика.

# Восстановление рынка кредитования

## Этап 1. Кризис

- Сокращение числа клиентов
- Сокращение рентабельности операций клиентов
- Потеря ликвидности залоговой базы
- «Депрессивные» стратегии клиентов

## Этап 2. Оттепель

- Прекращение оттока клиентов
- Стабилизация рентабельности операций клиентов
- Сохранение неопределенности в отношении ликвидности основных залогов (недвижимость)
- Неопределенность стратегий развития

## Этап 3. Восстановление

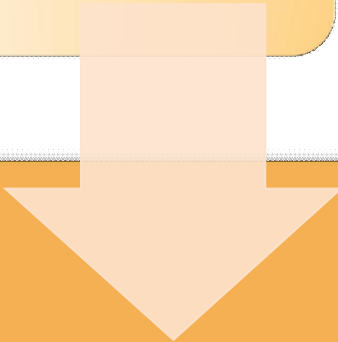
- Рост числа клиентов
- Рост рентабельности операций клиентов
- Рост ликвидности основных залогов
- Агрессивные стратегии роста клиентов



# Особенности банковского предложения

## Этап 1. Кризис

- Сворачивание программ кредитования
- Установление запретительных ставок кредитования
- Ограничение перечня принимаемых залогов и рост дисконтов по залогам
- Сокращение сроков кредитования



## Этап 2. Оттепель

- Возобновление кредитования избранных клиентов (преимущественно средних)
- Сохранение жесткой кредитной политики
- Медленный дрейф ставок кредитования
- Продукты, ориентированные на поддержание ликвидности клиентов
- Целевые продукты под конкретные виды залогов
- Расширение практики поручительств, в т.ч. Госфондов