

ОКТАБРЬ 2013

**РЫНОК МИКРОЗАЙМОВ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА:
БАНКИ VS. МИКРОФИНАНСОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ**

МОСКВА 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
РЕЗЮМЕ	9
1. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКОВ БАНКОВСКИХ МИКРОКРЕДИТОВ И ЗАЙМОВ МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	13
1.1. Банковское кредитование малого и среднего бизнеса	13
1.2. Рынок микрофинансирования малых и средних предприятий в 2012 году	15
2. РЫНОК БАНКОВСКОГО МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	19
2.1. Структурные характеристики рынка.....	19
2.2. Портрет заемщика	28
2.3. Мнение получателей микрокредитов: результаты опроса.....	32
3. РЫНОК МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МСП	37
3.1. Структурные характеристики рынка.....	37
3.2. Портрет заемщика	44
3.3. Мнение получателей микрозаймов: результаты опроса	48
4. МИКРОКРЕДИТЫ И МИКРОЗАЙМЫ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ.....	55

Предлагаемое Вашему вниманию исследование посвящено анализу двух сегментов финансового рынка, которые ориентированы преимущественно на малое и среднее предпринимательство – микрозаймы и банковские микрокредиты. Эти нишевые рынки при довольно высокой схожести имеют ряд существенных различий, определяющих и различия в их целевой аудитории, целях и моделях использования.

Основными источниками информации для проведения исследования стали данные о микрокредитах, выданных в рамках Программы ОАО «МСП Банк», характеристиках портфеля микрофинансовой организации ОАО «ФИНОТДЕЛ», результаты исследований Российского Микрофинансового Центра, а также результаты опроса предпринимателей, воспользовавшихся микрофинансовыми услугами и привлекавших микрокредиты.

Исследование ориентировано на широкую аудиторию, интересующуюся вопросами развития малого и среднего предпринимательства в России, рынков финансовых ресурсов для этого сегмента экономики.

ВВЕДЕНИЕ

Малый и средний бизнес в условиях современной глобализации мировых рынков становится одной из последних альтернатив роста локальных экономик, не обеспеченных наличием богатых природных, человеческих или технологических ресурсов. Развитие малого бизнеса, предпринимательской инициативы – предмет серьезного внимания как со стороны правительств развитых стран, которые видят в секторе малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) дублирующую модель стимулирования локального экономического роста условно отстающих территорий своих стран, так и развивающихся стран, пытающихся всеми способами увеличить добавочную стоимость производимых товаров, услуг, решить социальные проблемы. Россия, по уровню экономического развития относящаяся к опережающим странам, не является исключением в своем стремлении стимулировать рост сектора МСП.

Отечественное предпринимательство в последние годы регулярно попадает в центр внимания правительства страны, во многом это обусловлено тем, что сырьевая модель роста российской экономики стала пробуксовывать, поднимая вопросы альтернативных моделей развития, в том числе базирующихся на развитии малого и среднего бизнеса.

Между тем, малый и средний бизнес в экономике большинства развитых стран занимает более значимое место, чем в России. Например, он обеспечивает до 50% ВВП в США¹, около 60% ВВП в странах Европейского союза, Центральной и Восточной Европы. Вклад МСП в обеспечение занятости, как правило, еще выше – он достигает 70% в отдельных европейских странах, в США сопоставим с вкладом в ВВП (около 50%)². Разумеется, это результат не единовременного скачка, а поступательной политики государства и его активной деятельности в направлении стимулирования развития малого и среднего предпринимательства, в частности, создания соответствующей законодательной базы и разработки специальных программ поддержки.

На начало 2013 года в Российской Федерации, по данным Росстата, осуществляло деятельность более 17,7 тыс. средних предприятий, 238,1 тыс. малых и 1 758,9 тыс. микропредприятий. Количество действующих ИП (последние статистические данные доступны на начало 2012 года) составляло 2 490 тыс.

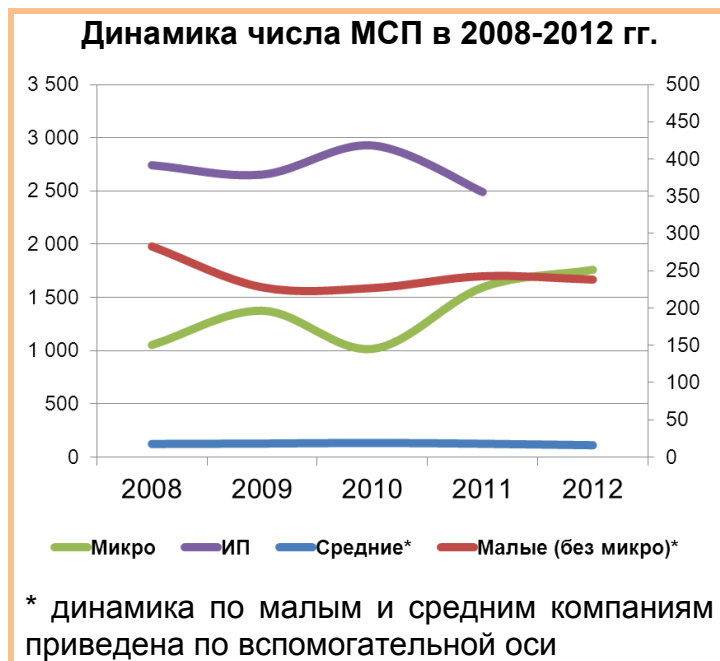
¹ Источник данных: US Small Business Administration. <http://www.sba.gov/>

² Источник: Ecorys (консалтинговое агентство, действующее при поддержке Netherlands Economic Institute (NEI)). <http://www.ecorys.com/>.

человек. Динамика количества субъектов МСП в целом по Российской Федерации за последние пять лет представлена на диаграмме.

Основная доля выручки от реализации товаров (работ, услуг) приходится на малые предприятия (около 45%), в меньшей степени – на ИП и на микропредприятия (около 20% на каждую из данных категорий).

Динамика основных показателей деятельности субъектов МСП в 2008-2012 гг. в целом по Российской Федерации приведена в таблице.



Основные показатели деятельности субъектов МСП в 2008-2012 гг. в целом по Российской Федерации

Год наблюдения	Средние	Малые (без микро)	Микро*	ИП*
<i>Количество действующих субъектов, тыс. единиц</i>				
2008**	17,4	282,7	1 052,3	2 742,0
2009	18,0	227,8	1 374,6	2 653,3
2010	18,9	226,8	1 015,5	2 927,5
2011	17,7	242,7	1 593,8	2 490,2
2012	15,8	238,1	1 758,9	н/д
<i>Количество замещенных рабочих мест, тыс. единиц</i>				
2008**	2 269,7	6 736,5	4 605,1	5 306,5
2009	2 063,1	6 187,0	5 005,9	н/д
2010	2 582,9	6 016,9	3 883,3	5 350,1
2011	2 051,5	6 276,2	4 353,5	н/д
2012	н/д	6 840,0	4 568,7	н/д
<i>Объем оборота, млрд. рублей</i>				
2008**	3 105,2	10 093,5	8 591,3	7 000,3

Год наблюдения	Средние	Малые (без микро)	Микро*	ИП*
2009	3 030,5	8 805,9	8 067,2	7 301,2
2010	3 522,1	13 324,6	5 609,2	4 493,6
2011	3 925,6	15 584,8	7 027,2	7 830,9
2012	3 928,3	15 116,3	8 349,6	н/д
<i>Инвестиции в основной капитал, млрд. рублей</i>				
2008**	503,9	317,4	154,9	н/д
2009	222,8	252,8	93,3	н/д
2010	254,2	321,3	199,0	н/д
2011	262,2	282,0	149,6	н/д
2012	н/д	364,5	157,1	н/д
Пояснения к таблице:				
* данные за 2010 год приведены по результатам сплошного статистического наблюдения.				
** данные за 2008 год приведены без учета сельскохозяйственных микропредприятий.				

В ноябре 2012 года на встрече с руководством Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» Президент России В.В. Путин отметил, «что количество малых и средних предприятий у нас растёт, но, конечно, этот уровень ещё далёк от того, на котором он должен был бы находиться»³, добавляя, что в странах с развитой рыночной экономикой процент малых и средних предприятий, или их вклад в общую копилку ВВП, больше, чем в России, где на сегодняшний день доля МСП в ВВП составляет около 21–22%. В заключение Президент определил главной задачей создание 25 миллионов качественно новых высокопроизводительных рабочих мест.

Практически одновременно с этими заявлениями государством были приняты законодательные решения в отношении сектора МСП, которые повлекли закрытие нескольких сотен тысяч малых предприятий. С 1 января 2013 года размер страховых платежей в социальные фонды для индивидуальных предпринимателей (далее – ИП) увеличился более чем в 2 раза. Это заставило

³ Встреча Президента с руководством общественного объединения предпринимателей «ОПОРА России»: <http://www.kremlin.ru/news/16837>

значительную часть ИП сниматься с регистрационного учета и уходить в тень: с декабря 2012 года до начала июля 2013 г. число ИП уменьшилось на 465 тысяч.

Не следует забывать, что до сих пор значительная часть предпринимателей, зарегистрировавших свои предприятия как юридические лица (далее – ЮЛ), полноценно не адаптировалась к реформе единого социального налога, который также на порядок увеличил фискальную нагрузку на малый бизнес, значительная часть издержек которого – это именно расходы на заработную плату.

Согласно результатам опроса, проведенного ОАО «МСП Банк» в рамках исследования «Финансовое состояние и ожидания малого и среднего бизнеса в 2013 году», проблему налогообложения как один из важнейших сдерживающих факторов для развития бизнеса отметило 47% опрошенных предпринимателей.

Также ключевой проблемой малого и среднего бизнеса продолжает оставаться доступность финансовых ресурсов. В ряде случаев для предпринимателей, имеющих возможность привлекать заемные ресурсы, прочие факторы успешности деятельности компании становятся менее значимыми – проблемы могут решаться за счет опережающего развития, подпитываемого привлеченными средствами. Именно поэтому вопросы содействия МСП в доступе к заемным финансовым ресурсам всегда находятся в фокусе государственной политики поддержки этого сектора.

Мы задались целью изучить процесс вовлечения малого и среднего бизнеса в отношения, связанные с заимствованием средств у финансовых институтов на самых ранних этапах их развития, когда предприниматели решаются привлечь лишь небольшие суммы и по сути не имеют опыта и устойчивых отношений с какими-либо из этих институтов.

Предлагаемое Вашему вниманию исследование посвящено изучению двух в чем-то схожих сегментов рынка финансовых ресурсов для малого и, в меньшей мере, среднего бизнеса: микрозаймов, выдаваемых микрофинансовыми организациями (далее – МФО), и банковских микрокредитов. Эволюция рынка микрофинансирования всерьез ускорилась после принятия двух федеральных законов – «О кредитной кооперации» в 2009 году и, в особенности, закона «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» в 2010 г. Если 10 лет назад это был полуформальный рынок, который представляли организации с не до конца понятными юридическими рамками, сильно различающимися подходами к ведению деятельности, то в последние 3-4 года происходит заметное взросление рынка, его институционализация и

формирование стандартов оказания услуг. Все больше в последнее время говорится о том, что в определенных сегментах спроса малого бизнеса на заемные ресурсы МФО начинают составлять серьезную конкуренцию банкам. Несмотря на то, что стоимость микрофинансовых услуг, как правило, заметно выше банковских, гибкость в определении прочих параметров займа позволяет МФО в ряде случаев предлагать клиентам более удобные условия. По мере повышения цивилизованности этого рынка все больше предпринимателей начинают рассматривать микрофинансовые компании как альтернативу банкам при поиске краткосрочных ресурсов.

Именно вопросом очерчивания границ между этими двумя рынками мы и задались на определенном этапе, что в итоге привело к осознанию необходимости углубленного изучения различий в характеристиках портфелей МФО и банков (в части микрокредитов), заемщиков и их отношения к этим двум альтернативным источникам заемных ресурсов.

Следует сразу оговориться, что, говоря о малом и среднем бизнесе, как о потребителе микрокредитов и микрозаймов, мы в первую очередь имеем в виду именно малый бизнес. Средние компании пользуются такими финансовыми продуктами на порядок реже небольших фирм.

Участниками проекта выступили 3 организации:

- Российский Микрофинансовый Центр – организация, с 2002 года представляющая интересы участников микрофинансового рынка и оказывающая разностороннее содействие его развитию;
- ОАО «ФИНОТДЕЛ» – один из лидирующих на рынке поставщиков микрофинансовых услуг, как на потребительские цели, так и для развития бизнеса;
- ОАО «МСП Банк» – оператор государственной Программы финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, одним из ключевых направлений которой является развитие микрофинансирования.

Целью исследования является определение ключевых характеристик двух сегментов финансового рынка: микрозаймов и банковских микрокредитов. Для достижения этой цели мы решили следующие задачи:

1. Анализ портфелей микрозаймов и микрокредитов.

2. Анализ характеристик заемщиков МФО и предпринимателей, бравших микрокредиты.
3. Опросы предпринимателей – (1) получателей микрозаймов и (2) получателей микрокредитов – по вопросам удовлетворенности услугами, а также отношения к этим двум альтернативным рынкам.
4. Сравнительная характеристика портфелей, характеристик заемщиков и результатов двух опросов.

Отчет организован следующим образом:

В первом разделе приводится краткая характеристика текущего состояния анализируемых сегментов финансового рынка, количественные характеристики и их динамика за последние годы.

Второй раздел посвящен анализу особенностей микрокредитов, выдаваемых банками. При этом мы рассматриваем как характеристики портфеля, так и характеристики заемщиков – получателей таких кредитов. Кроме того, во втором разделе приводятся результаты анкетирования предпринимателей – клиентов банков по вопросам, связанным с их отношением к микрофинансированию и микрокредитованию, восприятием сходств и различий, плюсов и минусов этих сегментов финансового рынка. Информационной базой для этого анализа послужили данные о совокупности банковских микрокредитов, выданных в рамках Программы ОАО «МСП Банк» в 2012 году.

Третий раздел содержит аналогичное описание, но предметом анализа является уже портфель микрозаймов, выдаваемых МФО, и, соответственно, заемщики МФО. Для этого анализировались данные о микрозаймах, выданных в 2012 году микрофинансовой организацией ОАО «ФинОтдел».

В заключительном четвертом разделе приводится сравнение между ключевыми характеристиками портфелей микрокредитов и микрозаймов и заемщиков – потребителей соответствующих услуг.

РЕЗЮМЕ

В рамках исследования мы использовали следующие источники информации и статистических данных:

- статистические данные Центрального Банка РФ;
- результаты исследований Российского Микрофинансового Центра;
- характеристики портфеля микрокредитов ОАО «МСП Банк»;
- характеристики портфеля микрозаймов ОАО «ФИНОТДЕЛ».

Очерчивая предмет исследования, мы сконцентрировались на 2 видах финансовых инструментов:

1. Займы, выдаваемые МФО субъектам МСП.

Ключевые характеристики микрозаймов определены федеральным законом от 2 июля 2010 года N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях». Основное отличие микрозайма от иных видов займов – ограничение максимального размера обязательств заемщика перед МФО по договорам микрозаймов в 1 млн. рублей.

2. Микрокредиты, выдаваемые банками субъектам МСП.

В части микрокредитов для обеспечения корректности сравнений была отобрана та часть договоров, которая соответствует обозначенному критерию (не превышает 1 млн. рублей), т.е. условно удовлетворяет критериям отнесения к микрозаймам.

Далее нами были проанализированы оба отобранных портфеля в ряде разрезов:

- организационно-правовые формы предприятий-заемщиков;
- виды деятельности (отрасль) предприятий заемщиков;
- региональная структура портфеля;
- структура портфеля по размерам кредитов / займов;
- структура портфеля по срокам договоров;
- структура портфеля по целям кредитования.

Также нами были рассмотрены характеристики, относящиеся непосредственно к заемщикам, и параметры приобретаемых ими финансовых продуктов:

- половая структура заемщиков;

- численность работников;
- объем выручки;
- средние размеры займов / кредитов;
- средние процентные ставки;
- средние сроки договоров.

Кроме того, в рамках исследования мы опросили предпринимателей, которые получали микрозаймы и микрокредиты, по вопросам удовлетворенности качеством обслуживания, условиями займа / кредита. Предпринимателям также предлагалось оценить вероятность обращения в дальнейшем к альтернативным поставщикам схожих финансовых продуктов и сравнить условия, предлагаемые банками и микрофинансовыми организациями.

Подводя краткий итог исследования, следует отметить, что, несмотря на «внешнее» сходство между микрокредитами и микрозаймами, имеет место ряд принципиальных отличий в характеристиках этих двух продуктов, которые определяют и существенные различия в их целевых аудиториях.

Значимые различия между продуктами МФО и банков (в части микрокредитов) отмечаются применительно ко всем основным их характеристикам – стоимости, срокам и размерам займов/кредитов.

Разрыв между ставками по микрозаймам и микрокредитам постепенно сокращается, но по-прежнему достаточно велик. Так, если средняя ставка по проанализированному портфелю микрокредитов составила 15,6% годовых, то по портфелю микрозаймов - 25,5%, т.е. почти на 10 процентных пунктов выше.

Микрозаймы: быстро, но дорого

Сроки по кредитам сильно превышают сроки, на которые выдаются микрозаймы. В среднем по проанализированным портфелям они составили 26 месяцев и 20 месяцев соответственно.

Размеры займов также существенно различаются. Средний микрокредит в проанализированном портфеле оказался близок к верхнему пределу (1 млн рублей) и составил 750 тысяч рублей, в то время как размер среднего микрозайма – около 300 тысяч рублей. Этот разрыв обусловлен различиями в финансовых моделях, а именно – в структуре издержек. С точки зрения сумм договоров у банков заметно более высок порог рентабельности.

Микрокредиты: за дешевизну придется заплатить временем и усилиями

С точки зрения различий в портретах целевых групп заемщиков один из наиболее заметных и содержательно важных аспектов – географический. Достаточно явно прослеживается разница между долей крупных городов – Москвы и Санкт-Петербурга – в своих федеральных округах по микрокредитам и микрозаймам. В крупных городах с развитой финансовой инфраструктурой, присутствием большого количества банков популярность микрозаймов сравнительно ниже. Это связано не только с тем, что выбор у заемщиков шире, но и с тем, что в среднем бизнес в городах имеет больший оборот и, как следствие, более привлекателен для банков.

Второе явно выраженное отличие в целевых группах МФО и банков – это организационно-правовые формы заемщиков. Так, почти все клиенты микрофинансовых организаций (96%) – это индивидуальные предприниматели, тогда как микрокредиты примерно в равных объемах берут и ИП, и юридические лица (44% и 56% соответственно). Это опять-таки связано с размером бизнеса заемщика – микрозаймы оказываются в большей мере нишей ИП и начинающих микропредприятий. Им сложно обеспечить соответствие формальным инструментам анализа рисков, применяемым банками, в случае МФО же подходы значительно более гибкие.

В этом проявляется условная специализация МФО и банков – начинающие предприниматели предпочитают микрозаймы или потребительские кредиты, подросшие компании начинают прибегать к кредитам. Так, среднее число занятых на предприятиях, обращающихся за микрозаймами, составляет 2-3 человека, а оборот – 1,5 млн рублей. В случае микрокредитов это уже заметно более крупные компании – с 8 занятыми в среднем и оборотом в 12 млн рублей.

Женщины выбирают микрозаймы

Имеются различия и в гендерной структуре целевых групп заемщиков банков и микрофинансовых организаций. Например, в портфеле микрозаймов доли мужчин и женщин приблизительно равны (50,8% и 49,2% соответственно). Ситуация с микрокредитами сильно отличается – доля мужчин почти в 1,5 раза выше – 58,9% против 41,1% доли женщин.

МФО и банки: конкуренция? Скорее взаимодействие

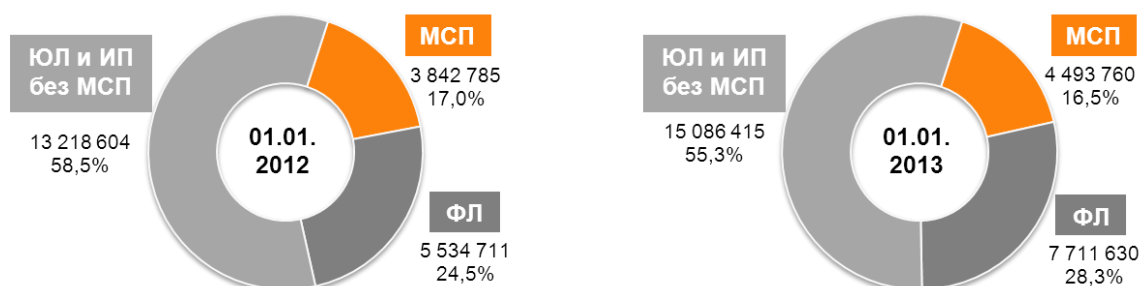
Таким образом, можно сделать вывод о том, что в сегменте финансирования малого и среднего бизнеса МФО и банки практически не конкурируют. Сегмент спроса, который представляет интерес для обоих этих типов финансовых институтов, пока незначителен и прямой конкуренции в нем не наблюдается. Очевидно, что эта конкуренция будет возникать по мере снижения маржинальности на рынке микрофинансирования – вследствие снижения ставок МФО будут вынуждены увеличивать средние размеры займов и приближаться к зоне, входящей в сферу интереса банков. В текущей же ситуации микрофинансовые организации являются скорее промежуточным звеном, условным мостом для предпринимателей между «финансовой изоляцией» и банковским кредитованием и иными формами привлечения заемных ресурсов.

1. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКОВ БАНКОВСКИХ МИКРОКРЕДИТОВ И ЗАЙМОВ МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

1.1. Банковское кредитование малого и среднего бизнеса

Рынок кредитования МСП в России в 2012 году не оправдал ожиданий большинства экспертов: хотя рост по итогам года и был достаточно существенным, привлекательность рынка для кредитных организаций оказалась значительно ниже, чем смежном сегменте – кредитовании физических лиц. Высокие риски, которые несут банки при работе с МСП, рост популярности «серых» схем среди предпринимателей, проблемы с предоставлением обеспечения по кредитам, недостаток длинных денег в экономике, негативные ожидания банкиров – вот далеко не полный перечень проблем, которые явились причиной замедления темпов роста рынка. В результате доля кредитов МСП в совокупном объеме задолженности на российском кредитном рынке снизилась на 0,5 п.п.

Структура задолженности перед банками по типам заемщиков, млн рублей.



Источник: статистика ЦБ РФ, расчеты авторов

Прирост портфеля задолженности субъектов МСП за 2012 год составил 16,9% (в 2011 году +19%), таким образом на 01.01.2013 он составил 4,49 трлн рублей – на 651 млрд больше, чем годом ранее. Объем выданных за год кредитов составил 6,94 трлн рублей (+14,6% к выдачам 2011 года), тогда как годом ранее этот показатель вырос на 28,7%. Доля просроченной задолженности в портфелях выросла на 0,2 процентного пункта и составила 8,4%.

При этом можно отметить, что состояние рынка кредитования МСП отражало ситуацию в экономике России в целом, которая, оставаясь достаточно стабильной, продемонстрировала снижение темпов прироста основных показателей по сравнению с 2011 годом: замедлился рост ВВП, промышленного производства, ускорилась инфляция. Впрочем, следует отметить и позитивные

результаты 2012 года: снизился уровень безработицы и достаточно существенно выросли реальные доходы населения.

Необходимо подчеркнуть, что одной из основных проблем экономики страны по-прежнему остается ее сырьевая ориентированность. Так, в 2012 году нефтегазовые доходы бюджета превысили все прочие статьи, а курс национальной валюты продолжает оставаться в значительной зависимости от цен на углеводороды.

Финансовый сектор страны в целом продолжал развиваться в русле, заданном годом ранее – опережающий рост кредитования физических лиц и рост доли задолженности по этим кредитам в совокупном портфеле при замедлении темпов роста корпоративных кредитов. Впрочем, корпоративные кредиты по-прежнему являются ключевым сегментом рынка – на них, даже без учета кредитов малым и средним предприятиям, приходится свыше 60% выдач и 55% совокупного портфеля. Основным сдерживающим фактором для дальнейшего роста является высокая стоимость пассивов и, как следствие, предложения банками заемных ресурсов, что уже оказывает ощутимое влияние на инвестиционную активность.

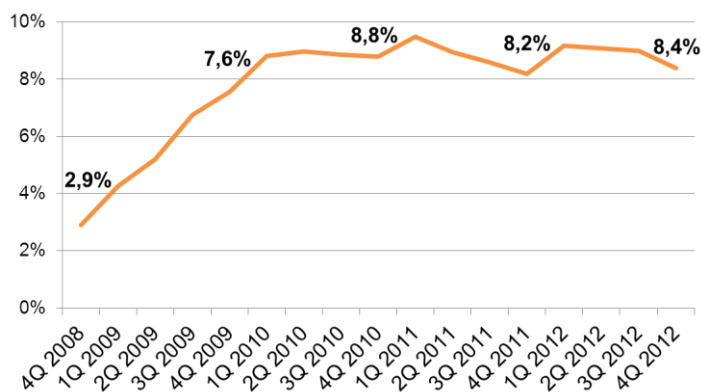
Рынок кредитования МСП в начале 2012 года демонстрировал хорошую динамику – по итогам портфель за первые 6 месяцев показал рост в 10%, объем выдач по сравнению с первым полугодием 2011 года вырос более чем на 18%. Но во втором полугодии рост оказался гораздо скромнее, причем происходил он, в основном, за счет крупных банков, входящих в ТОП-30 по размеру активов. Они в условиях дефицита доступной на рынке ликвидности могли позволить себе наращивать объемы кредитования за счет собственных ресурсов, а также имели

Динамика портфеля задолженности и выданных МСП кредитов, трлн. рублей



Источник: статистика ЦБ РФ

Динамика доли просроченной задолженности, %



Источник: статистика ЦБ РФ

преимущество при привлечении ограниченных внешних ресурсов. Небольшие и средние банки, опережавшие по темпам прироста и портфеля, и объема выдач в первом полугодии, во втором вынуждены были ограничить свою активность на рынке.

Эксперты отмечали достаточно существенное для бизнеса удорожание кредитных ресурсов, особенно долгосрочных, на протяжении всего года, которое явилось сдерживающим фактором для инвестиционной активности и повлияло на снижение среднего срока кредита. Предприниматели в этих условиях предпочли переждать с реализацией масштабных проектов.

На протяжении последних 3 лет наблюдается постепенное замедление темпов прироста объемов выдаваемых МСП кредитов. Прирост по итогам 2012 года составил довольно скромные 14,6%. Мы полагаем, что в 2013 году темп по крайней мере не снизится и составит 15-15,5%. В этом случае общий объем кредитов, которые будут выданы МСП в 2013 году, составит чуть более 8 трлн. рублей.

Рост портфеля задолженности МСП также постепенно замедляется. После роста на 22% по итогам 2010 года он немного снизился до 19% в 2011 г. Итоги 2012 года еще более скромные – лишь около 17% прироста. С учетом сглаживания показателя мы ожидаем в 2013 году увеличения портфеля до 5 300 – 5 350 млрд. рублей, что соответствует приросту в размере 17,9%-19,1%.

Подводя итог, можно выделить 3 основных фактора, определивших развитие рынка кредитования в 2012 году:

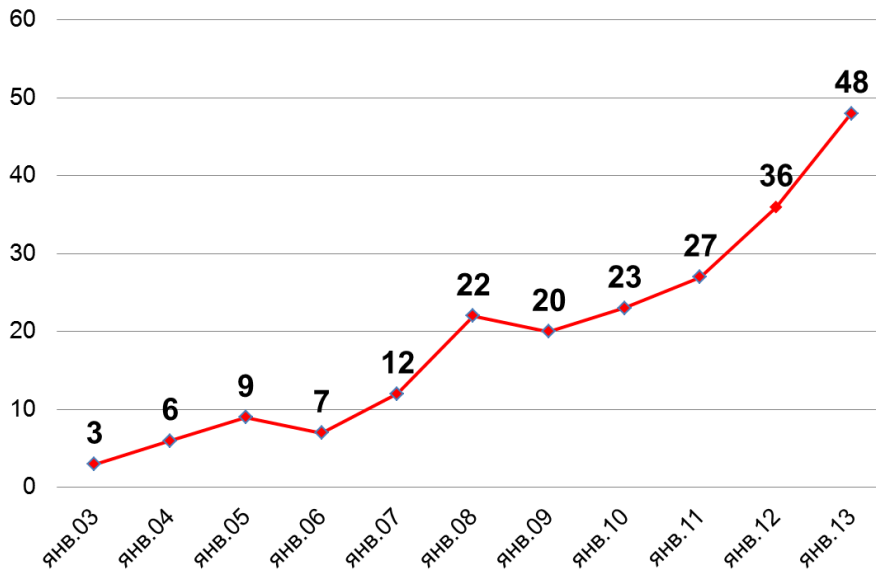
1. Удорожание ресурсов и снижение сроков кредитования привели к замедлению темпов роста рынка в целом, и особенно сильно сказались на активности небольших и средних банков.
2. Опережающий рост кредитования физических лиц, повлиявший на снижение предложения в секторе кредитования МСП.
3. Основной объем кредитования по-прежнему приходится на крупный корпоративной сектор, что в решающей мере объективно обусловлено структурой российской экономики.

1.2. Рынок микрофинансирования малых и средних предприятий в 2012 году

Рынок микрофинансирования на протяжении последнего десятилетия растет высокими темпами. Особенно яркую динамику он демонстрирует в последние годы – в значительной мере благодаря принятию Федерального закона от 18 июля 2009 г. N 190-ФЗ «О кредитной кооперации» и, особенно,

Федерального закона Российской Федерации от 2 июля 2010 года N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях».

**Динамика роста рынка микрофинансирования в 2003-2012 г.,
млрд. рублей**



По оценкам Российского Микрофинансового Центра (совместно с НП «МиР» и НП «НАУМИР») на начало 2012 года объем рынка микрофинансирования составлял около 36 млрд. рублей по размеру портфеля займов микрофинансовых институтов (далее – МФИ) – микрофинансовых организаций (МФО) и кредитных потребительских кооперативов (далее – КПК), к концу года он увеличился до 48 млрд. рублей (+33% - как и годом ранее).

Количество МФО в Государственном реестре микрофинансовых организаций (ведение Реестра осуществляет Федеральная служба по финансовым рынкам) составило на 25.06.2013 г. (последнее обновление) 3 246⁴. На начало 2012 года в Государственном реестре МФО было лишь 1 000 МФО, на начало 2013 года – 2 514. Таким образом, количество МФО с начала 2012 года возросло в 3 раза.

На 30.06.2013 г. в России было зарегистрировано 1 563 активных КПК, состоящих в реестрах 10⁵ саморегулируемых организаций (СРО) КПК.

По оценкам Российского Микрофинансового Центра (совместно с НП «НАУМИР») среднее значение активного портфеля займов одного МФИ выросло

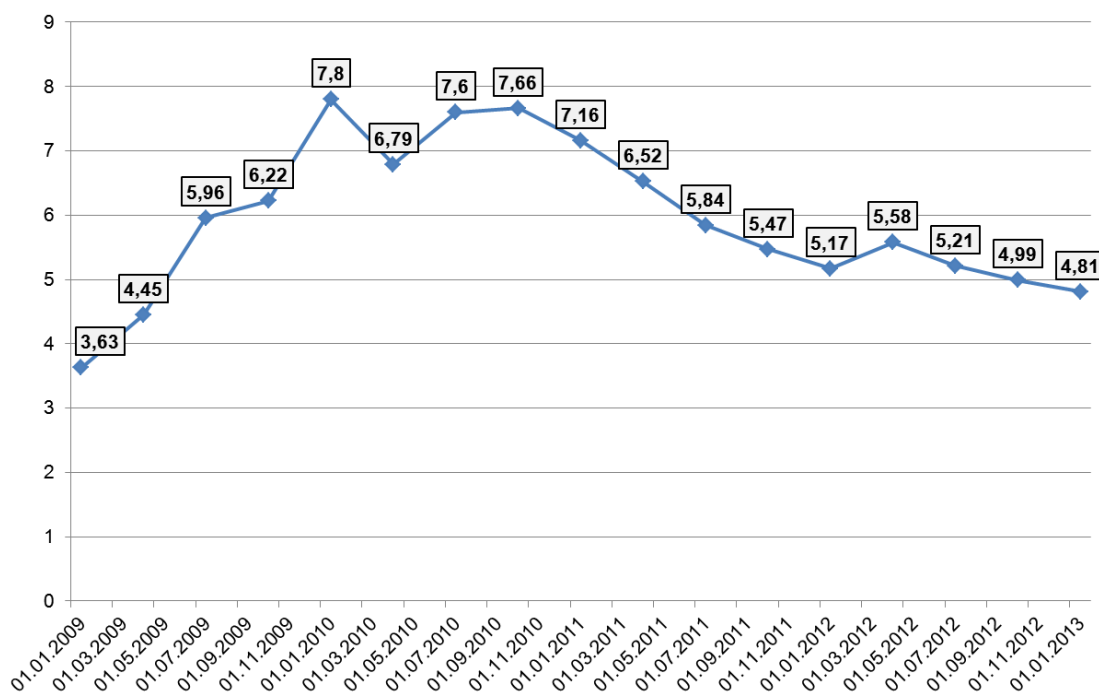
⁴ Государственный реестр микрофинансовых организаций по состоянию на 25.06.2013. Web: http://www.fcsм.ru/ru/contributors/microfinance_org/state_register_microfinance_org/, дата обращения: 30.06.2013

⁵ Государственный реестр СРО микрофинансовых организаций по состоянию на 14.05.2013. Web: http://www.fcsм.ru/ru/contributors/microfinance_org/state_register_SRO_microfinance_org/, дата обращения: 30.06.2013

со 159 млн. рублей до 210 млн. рублей, т.е. на 31,9%. Важно, что на рынке не просто появляются новые игроки, но и происходит процесс укрупнения действующих МФО – рынок становится более зрелым и устойчивым. Среднее количество активных заемщиков МФИ выросло на 27,4% с 1 823 до 2 322. Средняя сумма займа также несколько выросла – с 87 тыс. рублей до 90 тыс. рублей. Прирост, впрочем, имеет только номинальный характер, так как не превышает темпа инфляции.

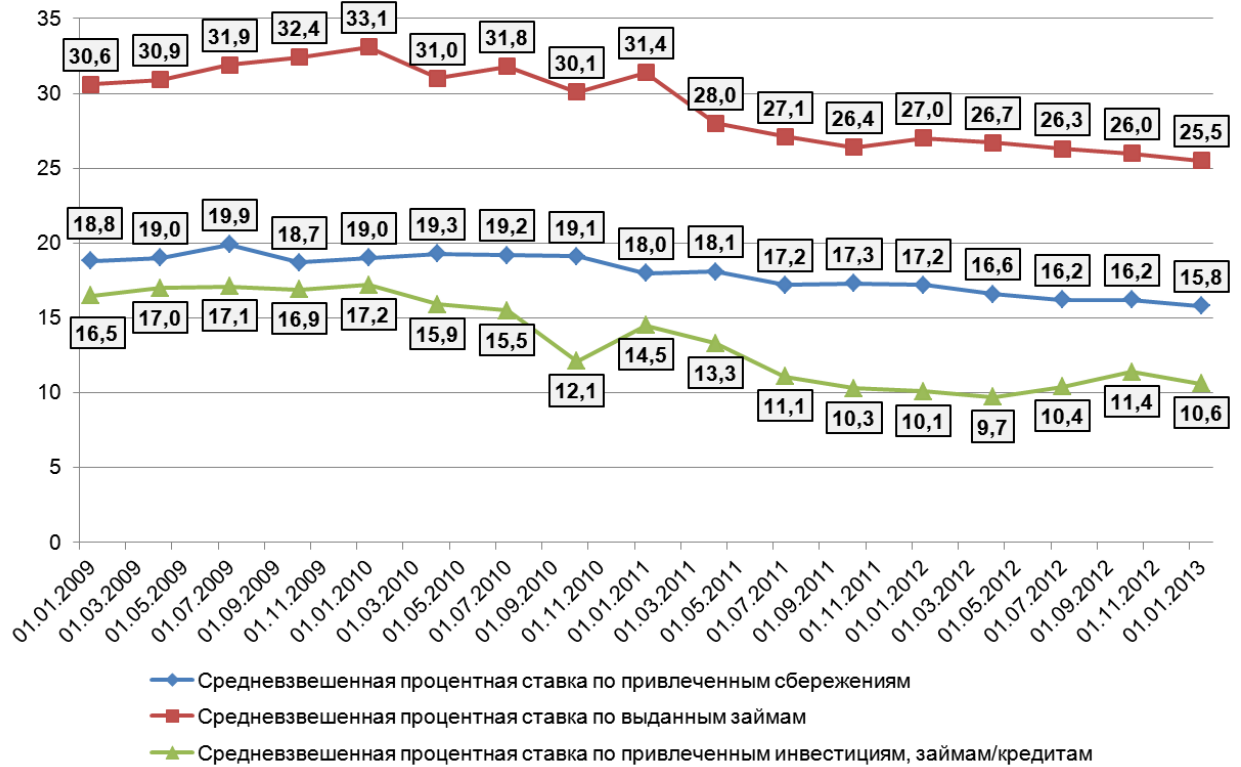
Что положительно характеризует рынок – происходило снижение среднего показателя портфеля в риске более 30 дней (то есть просроченная более 30 дней задолженность). Ее доля снизилась с 5,17% до 4,81% (хотя в 1 квартале 2012 года можно было отметить краткосрочное повышение доли до 5,58%).

Средний показатель портфеля в риске более 30 дней, %



Средневзвешенная ставка по выданным займам снизилась за год на 1,5 п.п. - с 27% до 25,5% годовых. Такое снижение стало возможным в первую очередь благодаря некоторому удешевлению пассивов МФИ, в частности снижением ставок привлечения сбережений КПК – с 17,2% до 15,8% годовых. Ставки по привлеченным инвестициям, займам/кредитам МФИ не снизились, а – наоборот – повышались в течение 3 первых кварталов, после чего несколько снизились в 4 квартале. В числе прочих факторов, повлиявших на снижение стоимости микрозаймов, следует отметить рост конкуренции на рынке и (в сравнительно незначительной степени) оздоровление ситуации с просрочкой.

Средневзвешенная процентная ставка, %



По оценкам Российского Микрофинансового Центра (совместно с НП «МиР» и НП «НАУМИР») доля микрозаймов на предпринимательские цели составляет приблизительно 55% от общего объема рынка, то есть порядка 26,4 млрд. рублей. Количество заемщиков этого типа – порядка 250 тыс., из них около 20% (50 тыс.) – начинающие предприниматели. Более 70% микрозаймов предоставляется в малых городах и на селе.

Совокупный спрос на микрозаймы на предпринимательские цели составляет по оценкам Российского Микрофинансового Центра (совместно с НП «МиР» и НП «НАУМИР») около 320 млрд. рублей, из которых 20% - спрос на займы в целях создания нового бизнеса. Согласно прогнозу к 2014 году объемы рынка микрофинансирования могут вырасти с нынешних 48 до 70 млрд. рублей, из них на развитие бизнеса и на потребительские нужды будет приходиться по 50% объема портфеля микрозаймов (17% - на Payday Loans – «займы до зарплаты»).

Количество заемщиков, берущих займы на предпринимательские цели, по прогнозу Российского Микрофинансового Центра (совместно с НП «МиР» и НП «НАУМИР») увеличится с начала 2013 года на 50 тыс. и составит на 1 января 2014 года 300 тыс.

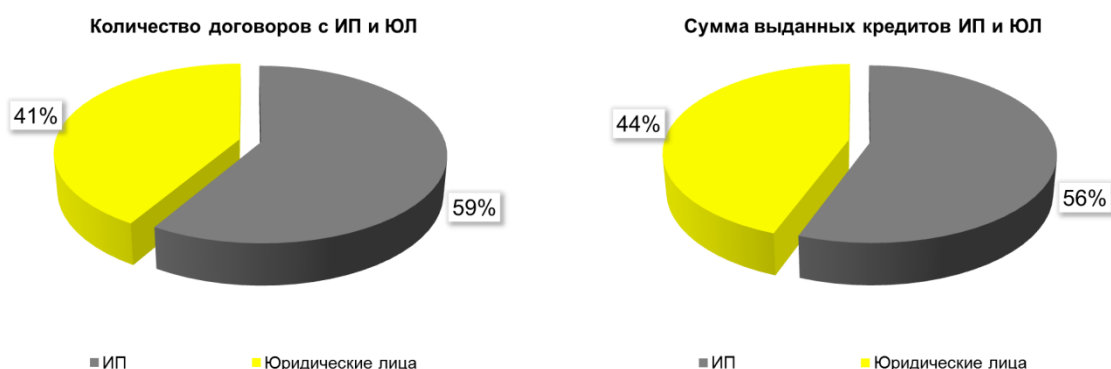
2. РЫНОК БАНКОВСКОГО МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

2.1. Структурные характеристики рынка

Рассмотрим далее наиболее важные структурные характеристики рынка и финансовых продуктов, которые предлагаются его участниками субъектам малого и среднего предпринимательства.

Для этих целей нами был проанализирован портфель микрокредитов, выданных за 2012 год в рамках Программы ОАО «МСП Банк». В выборку попали данные о 1 315 заемщиках, с которыми было заключено 1 623 кредитных договора общим объемом 1,2 млрд. рублей.

Структура портфеля по организационно-правовым формам заемщиков

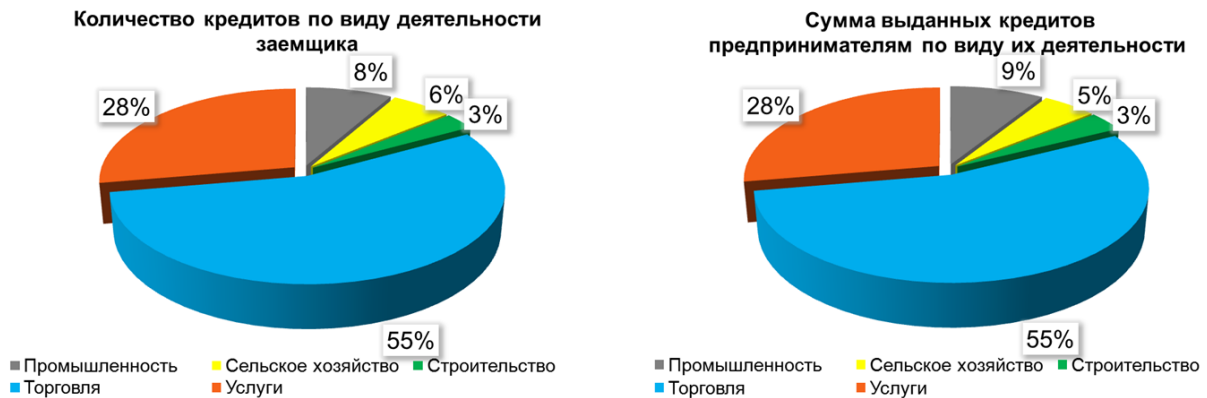


В структуре заемщиков по организационно-правовой форме ожидаемо лидируют индивидуальные предприниматели, что неудивительно – во-первых, именно ИП составляют основную массу субъектов МСП (их по Данным Росстата в 2011 году было 2,5 млн., в то время как МСП-юридических лиц – 1,85 млн.), а во-вторых именно ИП в силу небольших размеров бизнеса в большей степени нуждаются в микрокредитах. Индивидуальные предприниматели в принципе сравнительно реже прибегают к заемному финансированию. Но если говорить о микрозаймах – их доля выше доли юридических лиц, то есть в каком-то смысле это их сегмент финансового рынка.

Итак, 59% по количеству договоров и 56% по сумме выданных кредитов приходится на индивидуальных предпринимателей. И соответственно, 41% и 44%

на предприятия, созданные в форме юридического лица. Разница между значениями доли по количеству и по сумме свидетельствует о том, что в среднем сумма кредита индивидуальному предпринимателю ниже, чем сумма кредита юридическому лицу.

Отраслевая структура портфеля



Значительных различий в отраслевой структуре по количеству договоров и по сумме займа не наблюдается. Так, торговля в обоих случаях лидирует и занимает, как по числу договоров, так и по сумме 55% портфеля. То же самое касается и услуг – их доля составляет 28%. Это основные виды деятельности, в которых осуществляют деятельность ИП и микропредприятия и которые достаточно привлекательны для банков своей высокой маржинальностью.

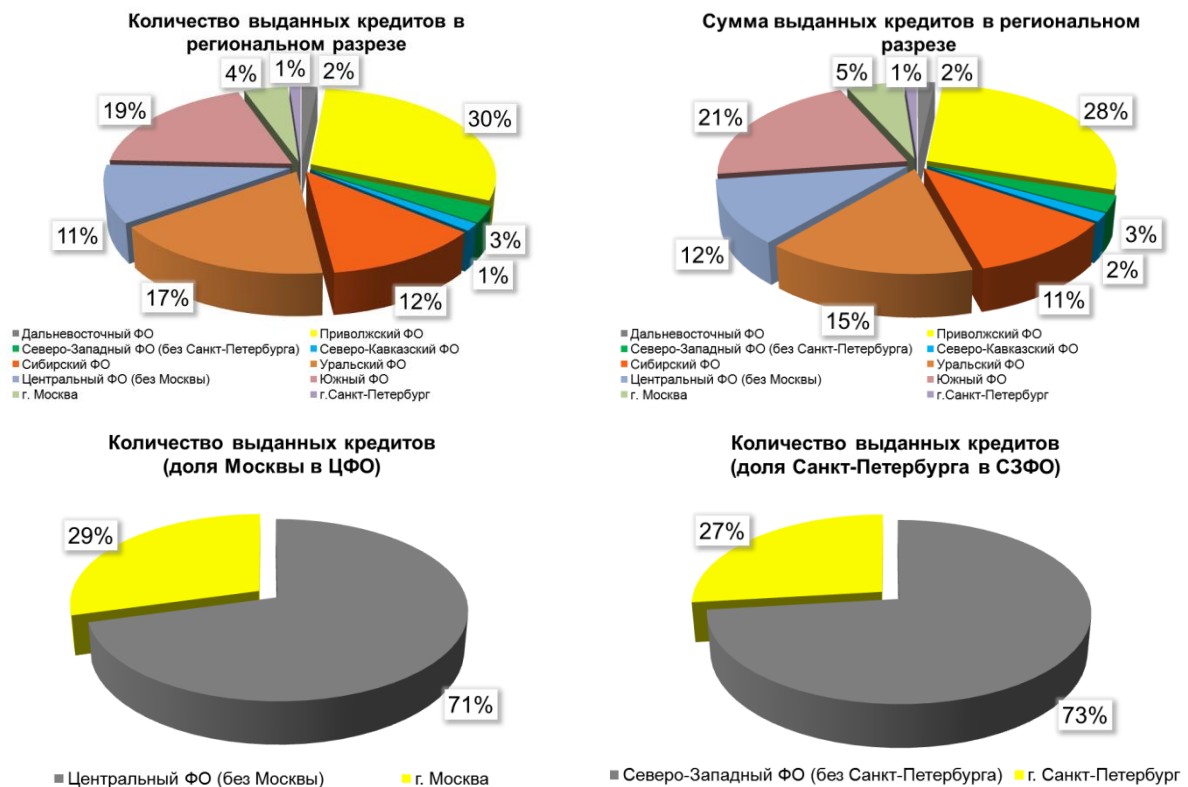
Следующий по значению вид деятельности – промышленность. В структуре портфеля по количеству договоров он занимает 8,3%, а по сумме выданных кредитов – 9%. Это обуславливается тем, что средняя сумма микрокредита для промышленных предприятий несколько выше, чем в других случаях. В строительстве аналогичная картина: доля по количеству договоров – 3%, по сумме кредитов – 3,5%. А вот для сельского хозяйства ситуация обратная: выше доля по количеству договоров (5,8%) и ниже по их объему (5,2%). То есть суммы займов для сельхозпроизводителей в среднем ниже.

Ставки для заемщиков в среднем составляют 15,6% годовых, при этом они несколько отличаются в зависимости от сферы деятельности субъекта МСП. Так, например, торговым предприятиям и строительным компаниям средства обходятся дороже – 16-16,2% годовых. Сравнительно высоки ставки и для производственных предприятий и компаний в сфере услуг – 15,4%. В силу низкой

рентабельности низкие ставки (в среднем – 12%) характерны для предприятий сельского хозяйства.

Вместе с тем необходимо учитывать, что ставки в рамках Программы ОАО «МСП Банк» ограничиваются условиями продуктов, поэтому они могут заметно отличаться от ставок, предлагаемых банками в рамках их собственной линейки кредитных продуктов. Как правило, ставки кредитования банков в рамках Программы меньше ставок кредитования по обычным продуктам банков на 3-4% годовых. В данной связи можно предположить, что без описанного смещения ставки по микрофинансовым продуктам банков составят в среднем 18-20% годовых.

Региональная структура портфеля



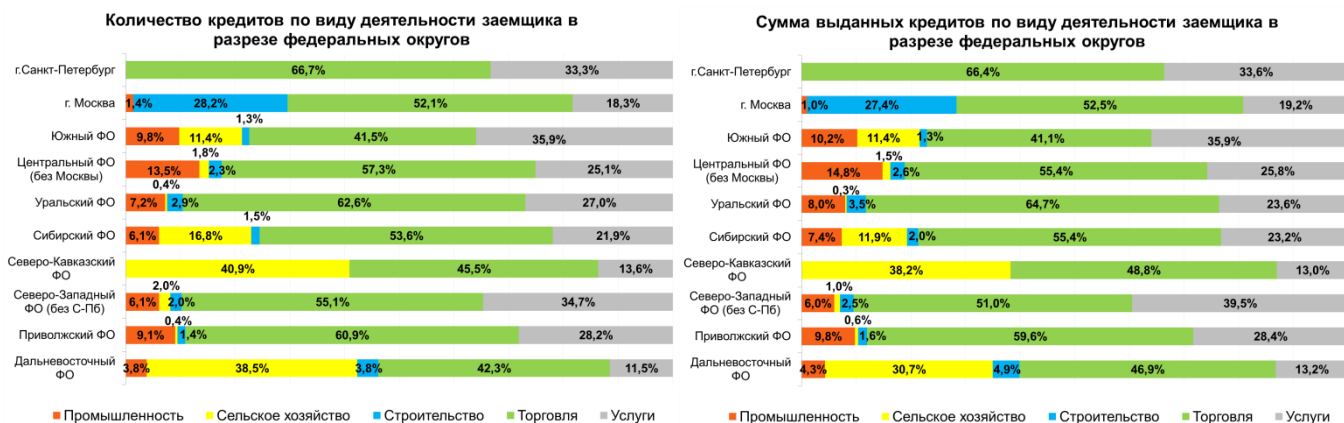
Лидером по всем показателям (число выданных займов и их сумма) в структуре портфеля микрозаймов является Приволжский федеральный округ. Во многом это объясняется высоким интересом к развитию направления микрокредитования со стороны региональных банков в Татарстане и Башкортостане. В этих регионах работает значительное число небольших и

средних банков, для которых кредитование именно в сегменте МСП является одним из основных приоритетов, и микрофинансирование для них – один из способов увеличить свое присутствие на этом рынке и привлекать клиентов на самых ранних этапах развития их бизнеса.

Второе и третье место по основным показателям занимают Южный и Уральский федеральные округа соответственно – их показатели достаточно схожи между собой (разница не превышает 2 процентных пунктов), существенное отличие наблюдается только в объеме выдач – в Южном федеральном округе он выше на 6 п.п.

В наименьшем объеме направление банковских микрокредитов представлено в Дальневосточном ФО – его доля составляет лишь 2% по всем показателям. В городах федерального значения это направление также развито достаточно слабо – банки как правило предпочитают развивать микрокредитование в регионах – это позволяет им активно наращивать присутствие и портфель, используя скоринговые системы и за счет автоматизации снижая затраты на административно-хозяйственные расходы и оплату труда.

Отраслевая структура портфеля в региональном разрезе

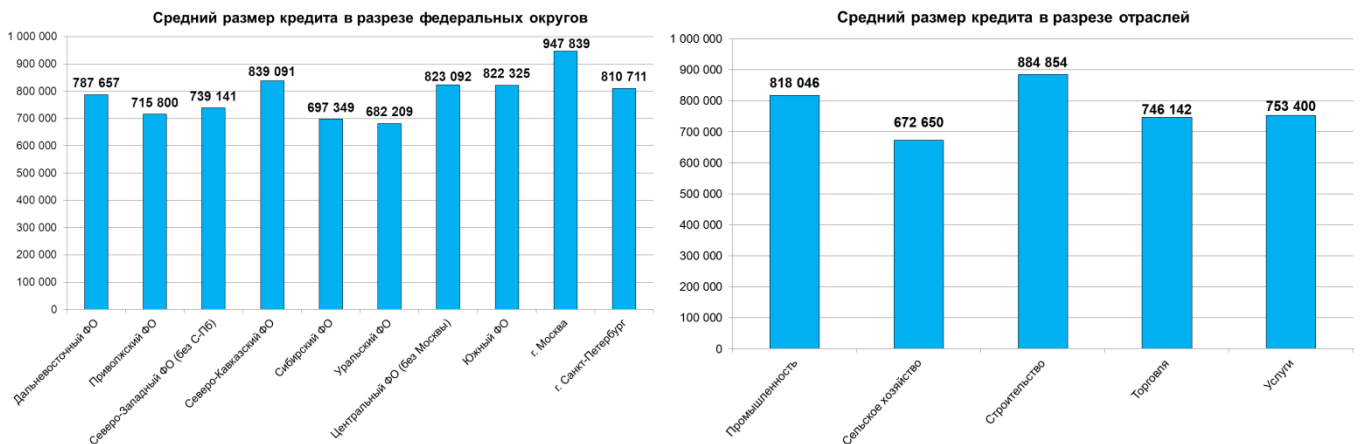


Основными видами деятельности заемщиков во всех федеральных округах являются торговля – ее доля от общего объема выдач составляет от 41,1% в Южном федеральном округе до 64,7% в Уральском ФО, и оказание услуг – на них приходится от 13% в Северо-Кавказском ФО до 39,5% в Северо-Западном ФО (без учета Санкт-Петербурга).

Микрокредитование также достаточно популярно у субъектов МСП, занятых в сельском хозяйстве, но его доля в общем объеме выдач высока (свыше 30%) только в Северо-Кавказском и Дальневосточном ФО, еще в двух федеральных округах она выше 10%, но в остальных не превышает 2%.

Доля промышленности и строительства в общем объеме выдач находятся на достаточно низком уровне – они не превышают 15% ни в одном из федеральных округов. Во многом это обусловлено относительно высокими ставками, которые подходят в основном предприятиям с высокой оборачиваемостью, а также тем фактом, что для промышленных и строительных субъектов МСП овердрафт оказывается часто дешевле. И потом, требования банков к МСП, занятым в реальном секторе, особенно в части минимального срока деятельности, необходимого для получения кредита, обычно выше в 2-4 раза, чем для предприятий торговли и сферы услуг.

Средние размеры кредитов в разрезе отраслей и регионов

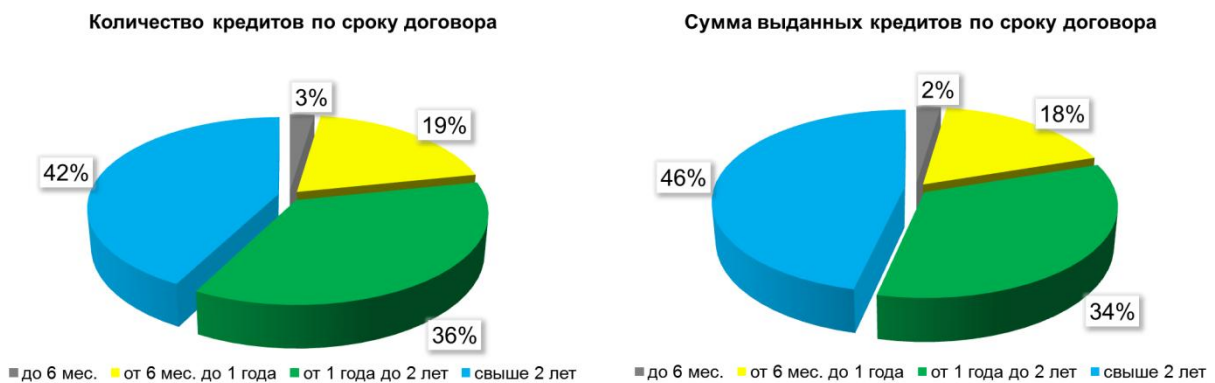


Самые значительные по объему микрокредиты получали предприятия, занятые в строительстве и промышленности – в среднем 885 тыс. рублей и 818 тыс. рублей соответственно. Этот факт объясняется достаточно просто – цикл оборачиваемости у таких компаний обычно длится дольше, и им нужен больший объем ресурсов для того, чтобы «дожить» до периода, когда вложения начнут окупать себя. Вдобавок, на такой, пусть даже небольшой объем ресурсов можно приобрести недостающее оборудование или провести ремонт уже имеющейся техники. И если предприятие собирается взять кредит на несколько целей, то его размер существенно увеличивается. В то же время у предприятий других

отраслей ниже потребность в оборудовании. И, как мы уже отмечали выше, к предприятиям, занятым в строительстве и промышленности, у банков выше требования в части минимальных сроков деятельности. То есть эти компании часто подходят к моменту, когда они могут привлечь микрокредит, уже без особого интереса к этому продукту – их больше интересует возможность привлечь более существенный объем денежных средств.

Что касается регионального разреза, то самые большие по размеру кредиты берут компании в Центральном ФО, следом идет Северо-Кавказский и Южный федеральные округа. И если с Центральным ФО все достаточно понятно – в Москве и Московской области, на которые приходится существенная доля выдач этого региона, размеры микрозаймов очень высоки по сравнению с остальной частью России, то вот в Южном ФО и Северо-Кавказском ФО ситуация немного иная – тут играет существенную роль отраслевой разрез компаний, привлекающих микрокредиты. Так, в Северо-Кавказском ФО у сельскохозяйственных компаний средний размер кредита существенно выше, чем на остальной территории страны, а в Южном ФО самая высокая по РФ доля промышленных компаний в объеме выдач и самая низкая – торговых, отсюда и несколько больший (чем в среднем по стране) размер кредита.

Структура портфеля по срокам договоров



Самые популярные сроки привлечения банковского микрокредита, как ни странно – свыше 1 года, на них приходится порядка 80% объема выдач. При этом больше половины выдач на срок свыше года – это выдачи на сроки свыше 2 лет, всего в общем объеме на них приходится 46%.

В целом такие показатели могут быть объяснены достаточно высокой привлекательностью ставок в сравнении с аналогичными продуктами в среднем по рынку – если предприниматели не уверены, что аналогичные ресурсы будут доступны в дальнейшем, то они постараются привлечь их на максимально длинные сроки. С другой стороны, ситуация достаточно удобна и для банков – маржинальность продуктов также достаточно высока, с одной стороны, а с другой, выдача подобных кредитов на более длительные сроки снижает потребность в персонале и позволяет максимально эффективно использовать привлеченные ресурсы. Еще один момент, который касается в большей степени регионов, в которых активно действуют региональные фонды поддержки МСП, предоставляющие микрофинансовые услуги, – в этом случае банки могут конкурировать с ними за счет более длительных сроков (региональные фонды, за редким исключением, предоставляют микрокредиты на срок до 1 года), предлагая схожие ценовые условия.

Структура портфеля по суммам договоров



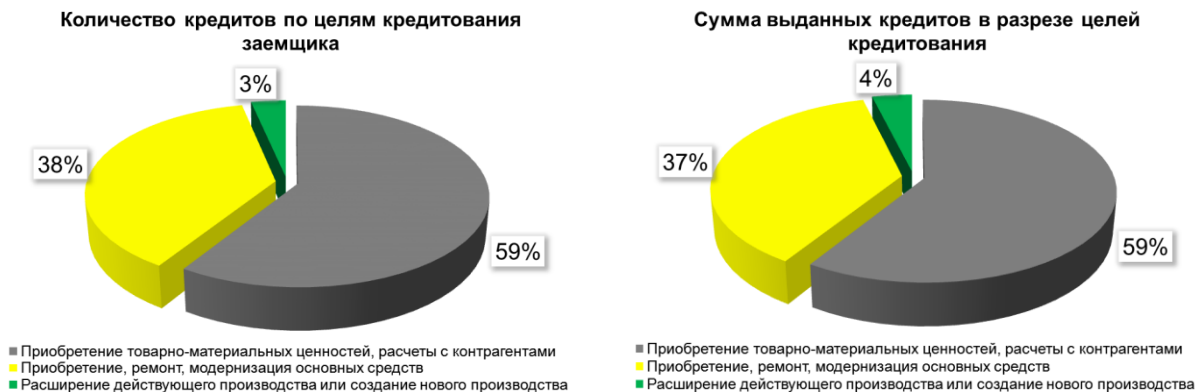
Почти половину от общего числа заключенных договоров (46%) формируют кредиты на 1 млн рублей. При этом необходимо учитывать возможность некоторого искажения данных, т.к. речь идет о портфеле микрокредитов по Программе ОАО «МСП Банк» (1 млн рублей – верхнее ограничение по сумме заимствования в рамках микрокредитных продуктов). Второй по популярности

размер кредита среди заемщиков – от 301 тыс. до 600 тыс. рублей, доля таких кредитов в портфеле составляет 23,7%.

18,9% заемщиков предпочитают брать кредиты на суммы от 601 тыс. рублей до 1 млн рублей. Кредиты в размере до 150 тыс. рублей и от 151 до 300 тыс. рублей не пользуются особой популярностью среди предпринимателей. Общая доля таких кредитов составляет всего 10,9%. По всей видимости они востребованы только в случае необходимости закрыть локальный кассовый разрыв.

Заемщики в большинстве своем (65,4%) предпочитают брать крупные кредиты - от 601 тыс. до 1 млн рублей (включая кредиты на 1 млн рублей) и на сравнительно длительный срок. По всей видимости этот интервал является своеобразным порогом, с которого выгодно брать займы на предпринимательские цели с точки зрения ставок, которые в случае малых сумм слишком высоки.

Структура портфеля по целям кредитования заемщиков



Значительных различий в рассматриваемом разрезе портфеля по количеству договоров и по сумме кредита не наблюдается.

Кредиты на пополнение оборотных средств являются более востребованными и популярными среди заемщиков. В структуре портфеля доля таких кредитов, как по числу договоров, так и по их сумме составила 59%. Это вполне понятно, ведь сумма в 1 млн. рублей лишь в отдельно взятых случаях может быть достаточной для осуществления капитальных вложений – как правило, эти средства используются в обороте. В основном такие кредиты популярны у компаний, работающих в сфере торговли. Напомним, что в отраслевой структуре рассматриваемого портфеля такие предприятия занимают

55%. Вкладывая средства в оборот, они тем самым увеличивают объемы продаж, что, в конечном счете, приводит к росту прибыли компании, т.к. рентабельность в торговле покрывает процентные выплаты.

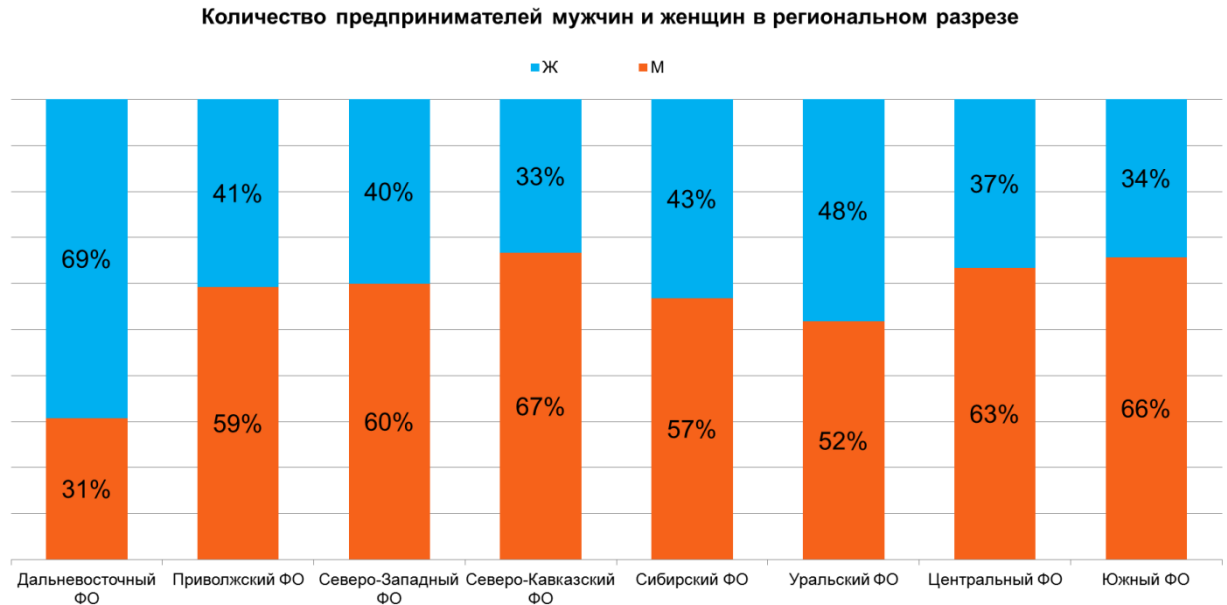
Текущая тенденция современного рынка микрокредитования МСП – растущий спрос со стороны предприятий малого и среднего бизнеса на инвестиционные продукты, направленные на модернизацию текущего бизнеса. Этот спрос не удовлетворяется в полной мере кредитным рынком, поэтому в отдельных случаях предприниматели вынуждены пользоваться для этих целей микрозаймами и микрокредитами. По количеству договоров такие кредиты в структуре портфеля занимают 38%, а по сумме кредита 37%. Однако такая высокая доля микрокредитов на инвестиционные цели объясняется в первую очередь приоритетами Программы ОАО «МСП Банк» – в целом по рынку она заметно ниже.

Микрокредиты на расширение действующего производства или создание нового производства занимают в портфеле 3% по количеству договоров и 4% по сумме кредитов. Это косвенно свидетельствует о стагнации в экономике, которая сопряжена со снижением инвестиций в развитие, расширение производства и новые проекты. По данным Росстата, общий объем инвестиций в нефинансовые активы по итогам 2012 года увеличился на 4%, до 8 922,2 млрд, тогда как в 2011 году прирост составлял 27,9%. Кроме того, это отражает низкую предпринимательскую активность. Так, по данным GEM (Global Entrepreneurship Monitor)⁶, в 2012 году доля людей, еще не занимающихся предпринимательской деятельностью, но планирующих начать свое дело в течение ближайших 3 лет, составила лишь 2% от взрослого населения страны (в рамках опроса 2011 года этот показатель составил 4%), и по этому показателю среди 69 стран, охваченных исследованием, Россия делит последнее место с Японией.

⁶ Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2012.
<http://www.gsom.spbu.ru/research/eship/projects/gem/>

2.2. Портрет заемщика

Половая структура заемщиков



Вполне предсказуемо доля предпринимателей-мужчин в числе заемщиков оказалась выше – в целом по портфелю она составила 59%. Бизнес в России продолжает оставаться в основном мужским занятием, хотя доля женщин-коммерсантов очевидно постепенно увеличивается.

Интересные результаты показывает анализ региональных особенностей распределения портфелей микрокредитов между индивидуальными предпринимателями различного пола. Так, например, в 7 из 8 федеральных округов доля мужчин выше. Наиболее высока она в южных регионах Северо-Кавказского ФО и Южного ФО – она составляет приблизительно 2/3.

Лишь в одном федеральном округе (Дальневосточном) предпринимательская активность женщин оказалась выше мужской – причем перевес оказался довольно значительным – более 2/3 портфеля займов пришлось именно на ИП-женщин.

Также близкое к равному соотношению наблюдается в Уральском федеральном округе – перевес мужчин-предпринимателей в портфеле микрокредитов составляет там лишь 4 процентных пункта.

Численность работников, объем выручки

Объем выручки на
сотрудника – 1,5
млн рублей

Средний объем выручки заемщика –
12 млн рублей

Средняя
численность
работников – 8 чел.

Средняя численность работников на предприятиях-заемщиках, прокредитованных банками, составляет 8 чел. Наиболее распространенное значение оказалось заметно ниже среднего – как правило, это фирмы с 1 занятым, что закономерно, учитывая структуру портфеля по типу заемщика, где ИП занимают 62%. Значение медианы также заметно смещено относительно среднего значения – 3 чел.

Основную массу портфеля микрокредитов (88,5%) формируют ИП и микропредприятия с численность работников до 15 чел, средний объем выручки заемщиков составляет 12 млн рублей.

Средний объем выручки на 1 сотрудника составляет 1,5 млн руб. В 2011 году аналогичный показатель по микропредприятиям составлял 1,6 млн руб., а по малым (включая микропредприятия) и средним предприятиям 2 и 2,5 млн руб. соответственно. Таким образом, можно говорить о том, что наблюдается снижение среднего объема выручки предприятий, пользующихся микрокредитами. Это может свидетельствовать о расширении границ рынка микрокредитования и вовлечении в него более широкого круга клиентов.

Объемы договоров

Медиана
880 000 рублей

Средняя сумма займа
753 937 рублей

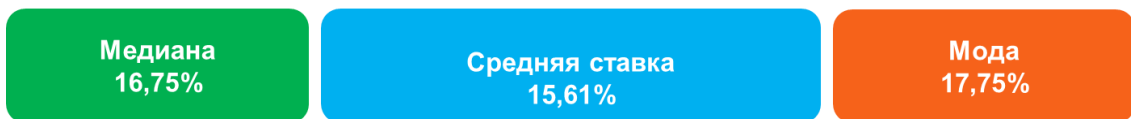
Мода
1 000 000 рублей

По микрокредитам среднее значение суммы займа составляет 754 тыс. рублей. При этом мода (1 млн рублей) сильно превышает средневзвешенное значение, чуть меньше разрыв с медианой (880 тыс. рублей).

Такой большой размер средней суммы займа свидетельствует о том, что заемщики в большинстве своем предпочитают брать крупные кредиты от 601 тыс.

до 1 млн рублей (включая кредиты на 1 млн рублей) и на сравнительно длительный срок. Доля таких кредитов в рассматриваемом портфеле составляет 65,4%. Популярность таких кредитов среди заемщиков может быть объяснена более привлекательными ставками из-за высокой доли постоянных издержек по кредитам меньших размеров.

Ставки кредитования



Средневзвешенная ставка по микрокредитам, предоставленным банками, составляет 15,6% годовых. В то же время распределение ставок несимметрично – мода сильно превышает средневзвешенное значение (17,8% годовых), равно как и медиана (16,75%).

Как видно, имеется смещение в сторону более высоких ставок – они встречаются чаще по количеству кредитов, но в совокупности сумма кредитов, выданная по более низким ставкам выше, чем по более высоким.

То есть, если выстроить по возрастанию все ставки, середина диапазона окажется на отметке 16,75% годовых, а наиболее часто встречающееся значение ставки – 17,8% годовых. Но, как мы видим, средневзвешенное значение ставки по сумме кредита ниже, т.е. чем ниже сумма кредита, тем выше ставка. Во-первых, это обуславливается более высокими удельными издержками на небольшой кредит, которые банки компенсируют, закладывая расходы в процентную ставку. Кроме того, меньшие суммы кредита выдаются предприятиям с большим уровнем риска (так банки минимизируют свои возможные потери), и при этом опять же в ставку закладывается вероятность потерь. Эти факторы в совокупности и объясняют такое распределение средних значений ставок. При этом разница в ставках, обусловленная издержками банка на анализ заявки, выдачу кредита и его сопровождение особенно заметна при небольших размерах займов.

Медиана
24 мес.

Средний срок
26 мес.

Мода
24 мес.

Средневзвешенный срок микрокредитования составляет 26 месяцев, а мода и медиана – 24 месяца, то есть диапазон сроков сравнительно симметричен.

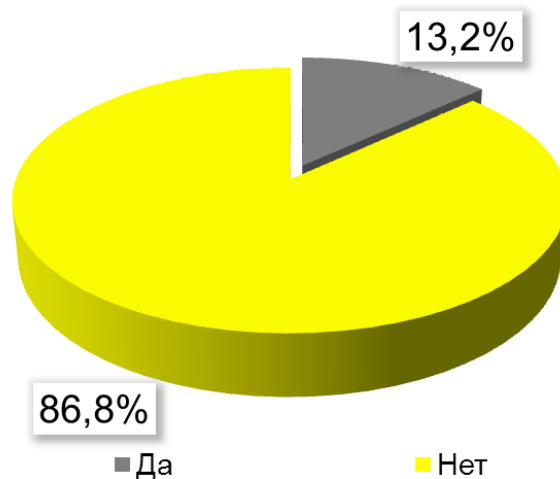
Более длительный средневзвешенный срок кредитования объясняется тем, что кредиты большей суммы, как правило, выдаются более надежным заемщикам и на более длительный срок.

2.3. Мнение получателей микрокредитов: результаты опроса

В марте 2013 при участии 10 банков-партнеров ОАО «МСП Банк»⁷ был проведен опрос предпринимателей, получавших кредиты размером до 1 млн рублей. Опрос касался смежного сегмента финансовых услуг – предоставления займов микрофинансовыми организациями, а также предлагал предпринимателям оценить разницу в условиях между кредитами банков и займами МФО.

В опросе приняли участие 106 предпринимателей, из них 14 имели в прошлом опыт обращения в МФО за предоставлением займов.

Обращались ли Вы когда-нибудь за займами в микрофинансовые организации?



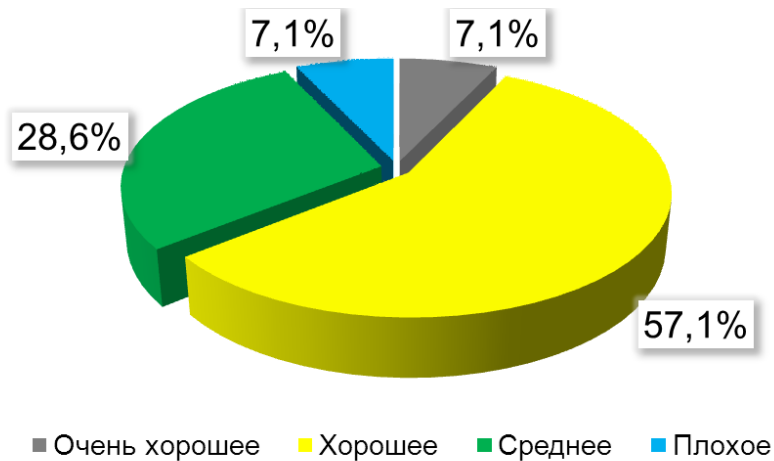
При этом предприниматели, имевшие опыт общения с МФО, в целом остались довольны качеством обслуживания – более 60% ответивших охарактеризовали его как «хорошее» и «очень хорошее». Следует отметить, что ни один из респондентов не выбрал вариант ответа «очень плохое».

Кривченкова Раиса (Локо-Банк) Начальник Управления по работе с финансовыми институтами:

Довольно хорошие оценки качества обслуживания клиентов в МФО неудивительны, т.к. по сути клиент получает только одну услугу – кредит (заем), предоставление которой, максимально упрощено (минимальный пакет документов, простой и быстрый процесс оценки рисков). В основном клиенты, которые обращаются в МФО, минимально контактируют с организацией.

⁷ОАО «УБРиР», ОАО «УРАЛСИБ», ООО банк «ЭЛИТА», ОАО «Московский кредитный банк», ООО КБ «Огни Москвы», ЗАО Акционерный банк «Первомайский», ОАО Банк «ОТКРЫТИЕ», КБ «ЛОКО-БАНК» (ЗАО), ОАО «БИНБАНК», Банк «Левобережный» (ОАО).

Были ли Вы удовлетворены качеством обслуживания в микрофинансовой организации? Оцените его (% от числа имевших опыт обращения в МФО)



Не все предприниматели, обращавшиеся за займами в МФО, в итоге получили денежные средства. Учитывая тот факт, что все опрошенные получали аналогичные по размерам кредиты в банках, требования которых к заемщикам обычно гораздо строже, представляется очевидным, что инициаторами отказа были сами предприниматели – их могли не устроить предложенные условия заимствования. Те же предприниматели, которые в итоге привлекли средства МФО, остались не слишком довольны условиями привлечения.

Были ли Вы удовлетворены условиями займа?



Меньше половины предпринимателей, привлекавших микрозаймы в МФО, охарактеризовали условия как удовлетворительные и соответствующие их ожиданиям, остальные оценили их как неудовлетворительные или не совсем удовлетворительные.

Причины, которые побудили предпринимателей в дальнейшем обращаться за финансовыми ресурсами в банк, в целом достаточно прозаичны: значительная часть предпринимателей уже были клиентами банка, в котором привлекался кредит, и поэтому условия для них были достаточно привлекательными.

Сильченкова Екатерина (УралСиб)
Главный специалист Дирекции кредитных продуктов:

Банк, будучи заинтересованным в долгосрочном сотрудничестве с клиентом не только в рамках кредитования, но и предоставления иных банковских продуктов, предлагает малым предприятиям более доступные условия, способные составить конкуренцию предложениям микрофинансовых организаций.

Почему вы решили обратиться в банк за кредитом, который мог быть получен в МФО? (отметьте все подходящие варианты)



На втором месте по распространенности (свыше 1/3 предпринимателей отметили этот вариант) – более низкие ставки у банков, на третьем – желание предпринимателей сформировать положительную кредитную историю в банках для того, чтобы в дальнейшем получать более крупные займы. В меньшей степени предпринимателей не устраивают сроки кредитования (17,9%) и низкое качество обслуживания в МФО (5,7%). Лишь

Кривченкова Раиса (Локо-Банк) Начальник Управления по работе с финансовыми институтами:

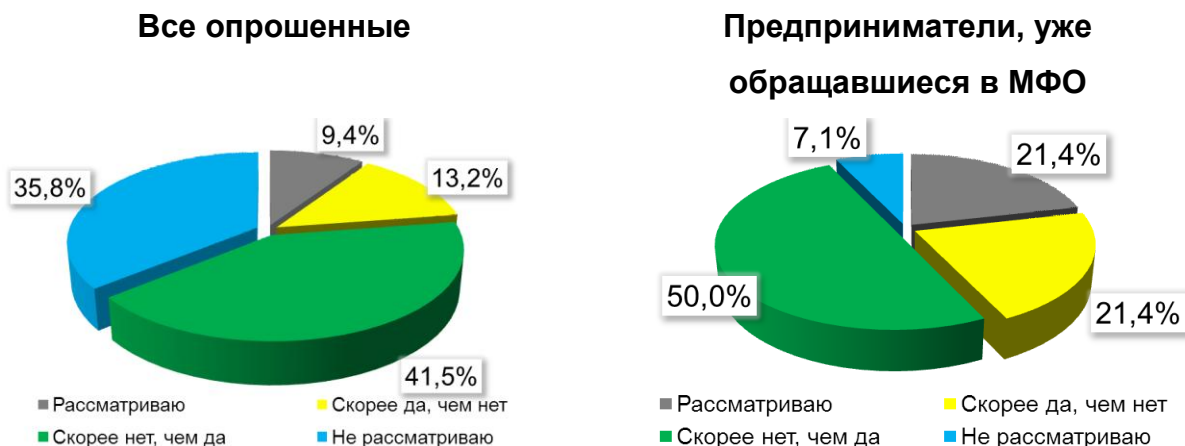
Главное преимущество МФО – в том, что заемщиком может стать даже тот, у кого безнадежно испорчена кредитная история, кто не может документально подтвердить свой доход или тот, кому банки не хотят выдавать кредиты (безработные, имеющие проблемы с правоохранительными органами и т.п.). Компенсирует же такой подход к риску МФО высокими ставками.

Как правило, после получения опыта работы с банком, в том числе и по расчетно-кассовому обслуживанию, клиенты более лояльно относятся к требованиям банка и в основном, из-за экономических соображений, переходят на банковское обслуживание

15,1% респондентов отметили, что получение кредита в банке не представляет для них проблем, поскольку они могут предоставить необходимое обеспечение.

Большая часть опрошенных предпринимателей не планирует в дальнейшем пользоваться услугами МФО.

Рассматриваете ли Вы возможность в дальнейшем обращаться за займами в МФО?



Более трех четвертей респондентов отметили, что вариант привлечения ими займов в МФО в будущем либо в принципе не рассматривается, либо маловероятен. При этом меньше половины из уже пользовавшихся услугами МФО выбрали варианты «рассматриваю» и «скорее да, чем нет», хотя полностью от возможности привлечения займов в МФО не отказался никто – можно предположить, что предприниматели рассматривают эту альтернативу банковскому кредиту как запасной вариант на случай реализации негативного сценария и существенного ухудшения дел в их компании.

Среди предпринимателей, уже обращавшихся за займами в МФО, практически в 2 раза выше доля предпринимателей, которые выбрали варианты «рассматриваю» и «скорее да, чем нет». При этом существенно ниже доля респондентов, категорически отказавшихся в дальнейшем обращаться в МФО – лишь один респондент (7%).

**Сильченкова Екатерина (УралСиб)
Главный специалист
Дирекции кредитных продуктов:**

Вообще говоря, банки и микрофинансовые компании не являются прямыми конкурентами, но банк имеет некоторое преимущество перед микрофинансовыми организациями, а именно – возможность предоставления клиенту (помимо кредитных продуктов) комплексного обслуживания, например, расчетно-кассовое обслуживание, зарплатные проекты, эквайринг и пр.

Кроме того, банк имеет возможность предложить клиентам более выгодные условия кредитования, что делает небольшие кредиты более доступными для конечного потребителя.

Чем, на Ваш взгляд, условия заимствования в банке лучше, чем в микрофинансовой организации?



Основные преимущества банковских кредитов перед займами МФО – это более длительный срок кредитования, возможность формирования гибкого графика обслуживания долга, возможность реструктуризации просроченной задолженности и более удобные порядок и условия работы с ней, а также иные условия, среди которых предприниматели выделили уровень сервиса и

чувство безопасности при общении с банком, в то время как к МФО отношение скорее настороженное. В качестве основных преимуществ МФО – в основном, менее обременительные требования, предъявляемые к предпринимателям при получении займа и, соответственно, сокращенное время принятия решения о его выдаче.

Елена Сорвина (УБРИР) Руководитель дирекции малого и среднего бизнеса:

Безусловно, подход МФО по ряду параметров мягче, нежели у банков. МФО компенсирует возможные риски путем повышения ставки. В МФО обращаются, как правило, компании, деньги которым нужны практически «вчера», и которые не уверены в своем финансовом положении или же не знают о возможности получить в банке аналогичные суммы, без залогового обеспечения.

Когда же компания вырастает и потребность в финансировании планируется заранее – преимущества банковского кредитования налицо. Банки, в отличие от МФО, могут предложить финансирование на суммы от 1 млн рублей, а существующие технологии позволяют также оперативно принимать решение, в течение 1-3 дней.

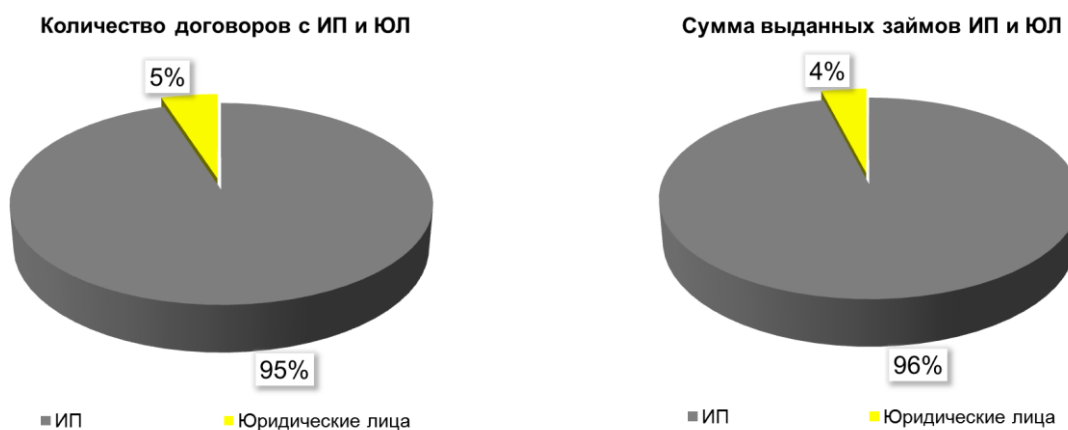
3. РЫНОК МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МСП

3.1. Структурные характеристики рынка

Рассмотрим далее основные структурные характеристики рынка микрофинансирования, а также финансовые продукты, которые предлагаются его участниками субъектам малого и среднего предпринимательства.

Для этих целей был проанализирован портфель микрозаймов ОАО «ФИНОТДЕЛ», полученных предпринимателями за 2012 год. В выборку попали данные о 3 481 заемщике, с которыми было заключено 3 882 договора займа общим объемом 1,1 млрд. рублей.

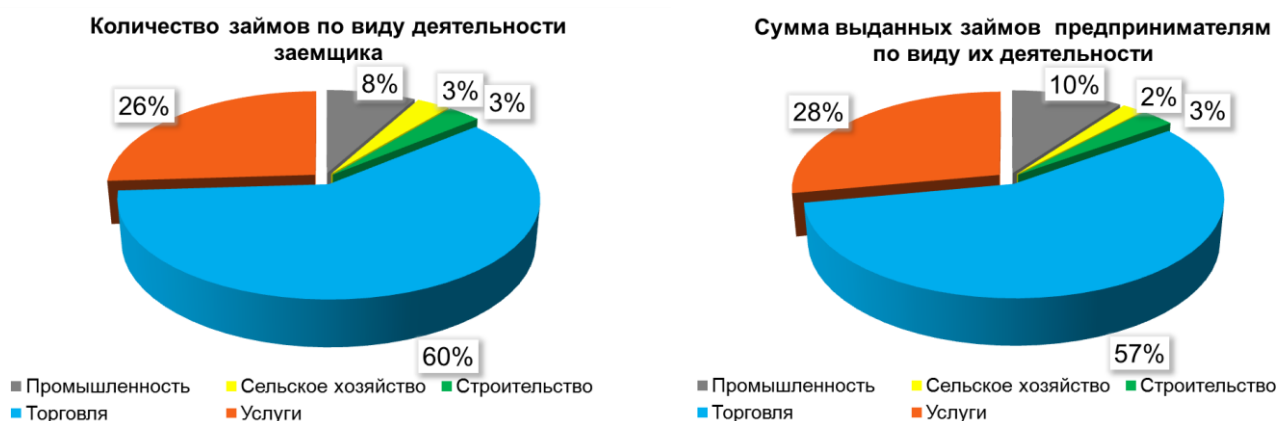
Структура портфеля по организационно-правовым формам заемщиков



В структуре заемщиков микрофинансовых организаций подавляющее большинство составляют индивидуальные предприниматели (95%), юридические лица формируют лишь 5% заемщиков. Схожими показателями характеризуется и структура портфеля по суммам выданных займов 96% для ИП и 4% для ЮЛ. В целом, в структуре сектора МСП соотношение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей значительно более равномерное - в 2011 году по данным Росстата в России осуществляли предпринимательскую деятельность 2,5 млн ИП и 1,85 млн ЮЛ. В подавляющем большинстве случаев размеры бизнеса индивидуальных предпринимателей значительно меньше чем в случае юридических лиц, хотя в отдельных случаях встречаются ИП с оборотом средних и даже крупных компаний.

Обращает на себя внимание практически одинаковая структура портфеля, как по числу договоров, так и по их сумме. Это свидетельствует о том, что размеры займов ИП и ЮЛ приблизительно равны, то есть юридические лица, которые пользуются микрофинансовыми услугами, по объемам деятельности весьма схожи с индивидуальными предпринимателями - т.е. речь идет о самых небольших предприятиях, имеющих статус юридического лица.

Отраслевая структура портфеля



Почти полное совпадение (с точностью до 1-3 процентных пунктов) распределения количества займов по виду деятельности и суммы выданных займов по видам деятельности свидетельствует об однородном массиве (по объему договора на одного заемщика) выданных займов, независимо от сферы деятельности заемщика. Отсутствие отраслевой специфики в этом смысле косвенно свидетельствует о более упрощенной (по сравнению с банковскими кредитными организациями) процедуре выдачи займов – МФО придают меньшее значение виду деятельности заемщика.

Вполне ожидаемо подавляющее большинство займов (60% по числу договоров и 57% - по их сумме) было выдано торговым предприятиям, которые традиционно являются наиболее активными потребителями финансовых услуг.

Предприятия, занятые ритейлом, имеют ряд преимуществ, которые делают их более привлекательными в глазах финансовых институтов. Помимо повышенной маржинальности ритейла, немаловажны и следующие характеристики этой группы заемщиков:

- эффективное предоставление займов может производиться на сроки от нескольких дней до нескольких недель - что связано с высокой скоростью проведения торговых операций - от закупки товара, до его продажи и получения конечной прибыли;

- предоставляя заем торговому предприятию, финансовая организация может в качестве залога оформить имеющийся или приобретаемый товар.

Второе место по количеству займов и общему объему выданных займов (26% и 28% соответственно) занимает сфера услуг. Под термин "услуги" подпадают самые различные виды деятельности, также имеющие, как правило, высокую маржинальность. Займы такими предприятиями тоже привлекаются обычно для пополнения оборотных средств.

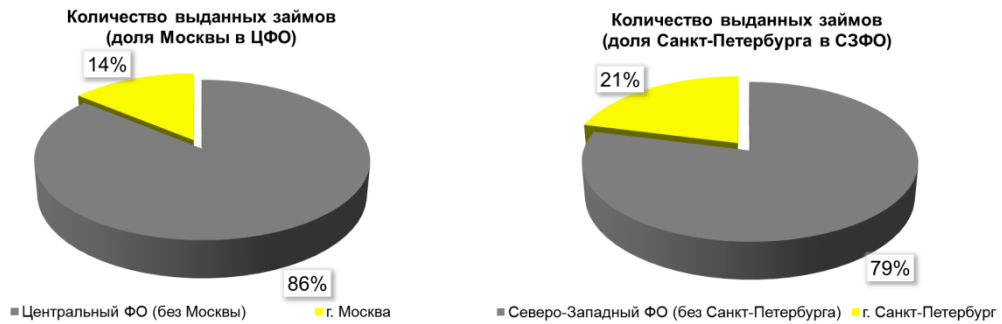
На третьем месте – займы промышленным предприятиям (8% от количества выданных займов и 10% от их суммы). Средняя сумма займа несколько выше займов для предприятий других сфер деятельности, что и объясняет расхождение между долей в количестве и сумме выданных займов.

У предприятий сельского хозяйства – обратное соотношение: по количеству займов выдано 3%, а по объему – всего 2%, что свидетельствует о более мелких суммах займов, выдаваемых сельхозпроизводителям.

Что касается предприятий строительства, то соотношение долей выданных им займов по количеству и по сумме равное 3%, соответственно, можно заключить, что в среднем строители берут займы более крупные, чем сельхозпроизводители, но более мелкие, чем промышленники.

Региональная структура портфеля





В виду того, что у компании ОАО «ФИНОТДЕЛ» отсутствуют филиалы в Северо-Кавказском ФО, Сибирском ФО и Дальневосточном ФО, эти федеральные округа в региональной структуре портфеля отсутствуют.

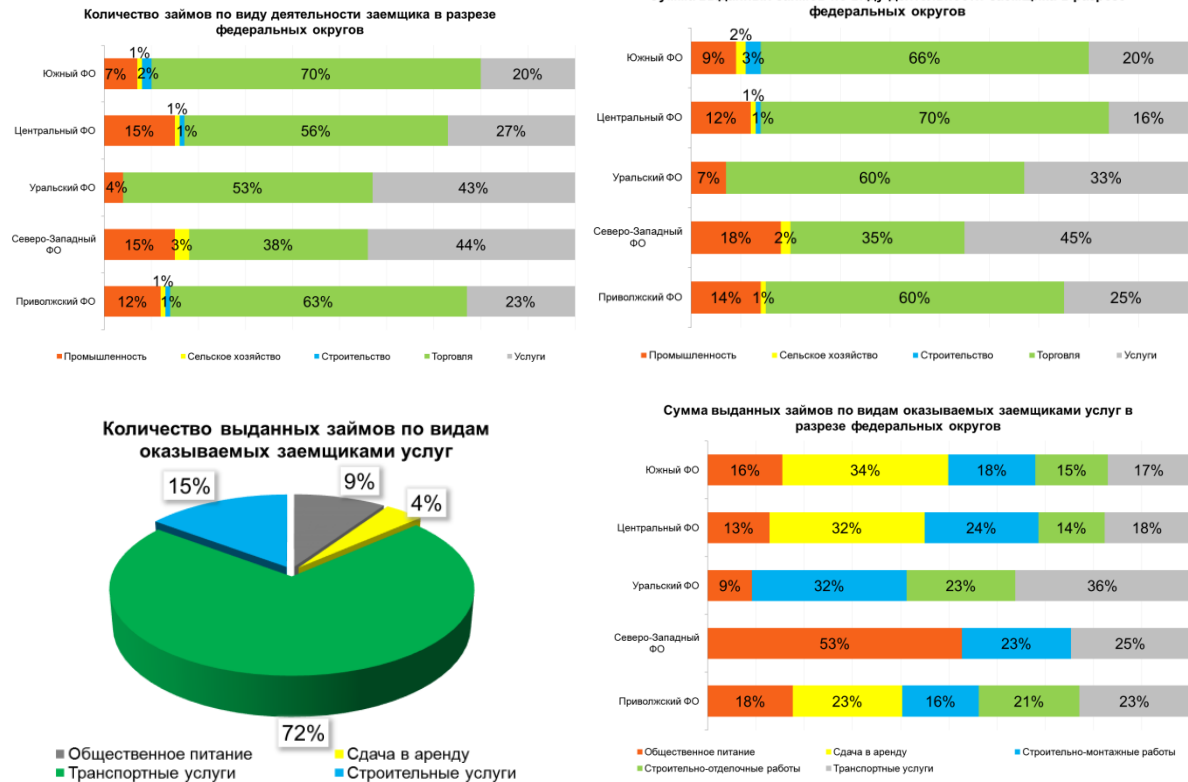
Больше всего микрозаймов (39% по количеству и 37% по сумме) было выдано в Приволжском ФО. Как уже было отмечено ранее, ускоренное развитие выдачи микрозаймов в этом регионе наметилось благодаря усилиям финансовых организаций в Татарстане и Башкортостане.

Немного отстал от лидеров Центральный федеральный округ, где было выдано 30% микрозаймов по количеству и 29% по объему. Тройку лидеров замыкает Южный ФО – 18% микрозаймов по количеству и по объему выдачи.

Город Москва оказался на скромном четвертом месте – 6% по количеству выданных микрозаймов и 8% по их объему. Средняя сумма займа по Москве превышает аналогичный показатель по другим федеральным округам. Существенное отставание Москвы связано с высокой степенью обеспеченности столицы финансовыми ресурсами и более высокой конкуренцией со стороны банков.

От Москвы немного отстал Уральский федеральный округ – 4% по количеству выданных микрозаймов и 5% по сумме. Далее следуют Северо-Западный ФО (2% по количеству и сумме выданных займов) и Санкт-Петербург (1% по количеству и сумме выданных займов).

Отраслевая структура портфеля в региональном разрезе

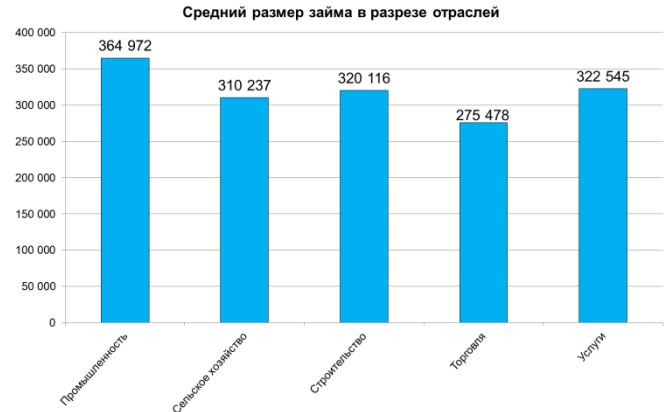


Основными видами деятельности заемщиков во всех федеральных округах являются торговля – ее доля в общем объеме выдач составляет от 35% в Северо-Западном ФО до 66% в Южном ФО, и оказание услуг – на них приходится от 16% в Центральном ФО до 45% в Северо-Западном ФО (без учета Санкт-Петербурга).

Предоставление микрозаймов субъектам МСП, занятых в сельском хозяйстве, развито недостаточно, его доля в общем объеме выдач не превышает 2%.

Доля промышленности и строительства в общем объеме выдач находятся на достаточно низком уровне – они не превышают 18% ни в одном из федеральных округов. Во многом это обусловлено относительно высокими ставками, которые подходят в основном предприятиям с высокой оборачиваемостью, а также тем фактом, что для промышленных и строительных МСП овердрафт зачастую оказывается дешевле при схожих издержках получения.

Средние размеры займов в разрезе отраслей и регионов



Предприятия всех отраслей получали относительно небольшие по объему микрозаймы – от 275 (средний размер микрозайма в торговле) до 365 тысяч рублей (средний размер микрозайма для предприятия, занятого в промышленности). Небольшой объем займа связан с масштабами деятельности предприятия, быстрой оборачиваемостью капитала предприятий, высокими ставками по займу.

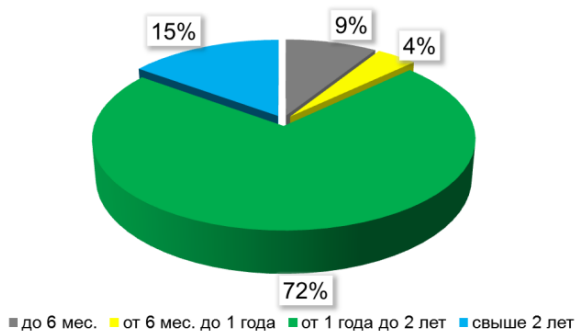
У предприятий промышленности цикл оборачиваемости капитала длиннее, поэтому и средняя сумма займа оказалась больше.

Большинство предприятий берут микрозаймы в связи с тем, что им выгоднее занять наличные, чем выводить их из оборота, например, для выплаты зарплаты.

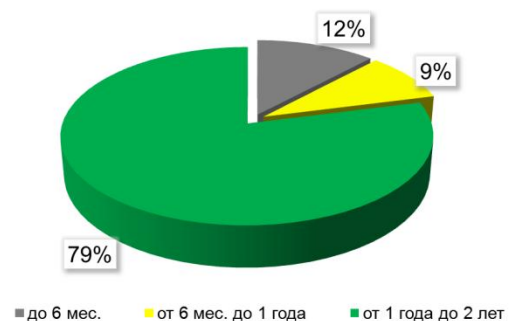
Что касается регионального разреза, то самые большие по размеру займы берут компании в Москве, Санкт-Петербурге и Уральском ФО (от 348 до 397 тысяч рублей).

Структура портфеля по срокам договоров

Количество займов по сроку договора



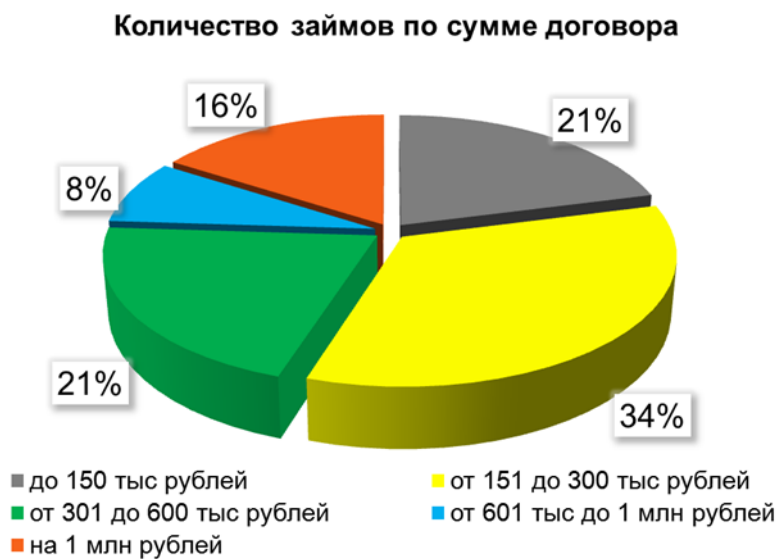
Сумма выданных займов по сроку договора



Самые популярные сроки привлечения микрозаймов – от 1 года до 2 лет, на них приходится порядка 79% объема выдач.

В целом такие показатели могут быть объяснены достаточно высокой привлекательностью ставок в сравнении с аналогичными продуктами в среднем по рынку – если предприниматели не уверены, что аналогичные ресурсы будут доступны в дальнейшем, то они постараются привлечь их на максимально длинные сроки. С другой стороны, ситуация достаточно удобна и для МФО – маржинальность продуктов также достаточно высока, с одной стороны, а с другой, выдача подобных займов на более длительные сроки снижает потребность в персонале и позволяет максимально эффективно использовать привлеченные ресурсы.

Структура портфеля по суммам договоров



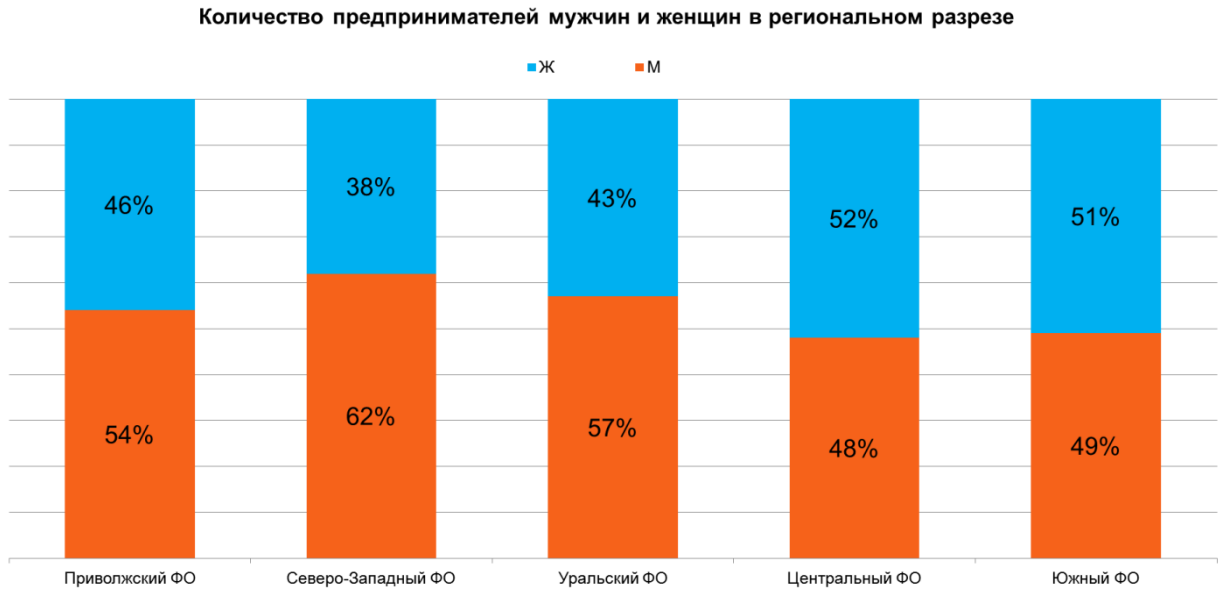
Более половины портфеля (55%) формируют займы от 150 до 600 тысяч рублей, из них 34% приходится на займы в 151-300 тыс. рублей. Займ до 150 тыс. рублей занимает такую же долю, что и заем от 301 до 600 тыс. рублей - 21%.

16% заемщиков берут в долг займы предельно возможного в случае микрофинансовой организации размера - 1 млн. рублей, еще 8% – суммы от 601 тыс. рублей до 1 млн. рублей.

С учетом того, что 85% займов берутся на сроки от 1 года и более, можно предположить, что эти суммы направляются на сравнительно долгосрочное увеличение оборота и значительно реже - на покрытие локальных кассовых разрывов.

3.2. Портрет заемщика

Половая структура заемщиков



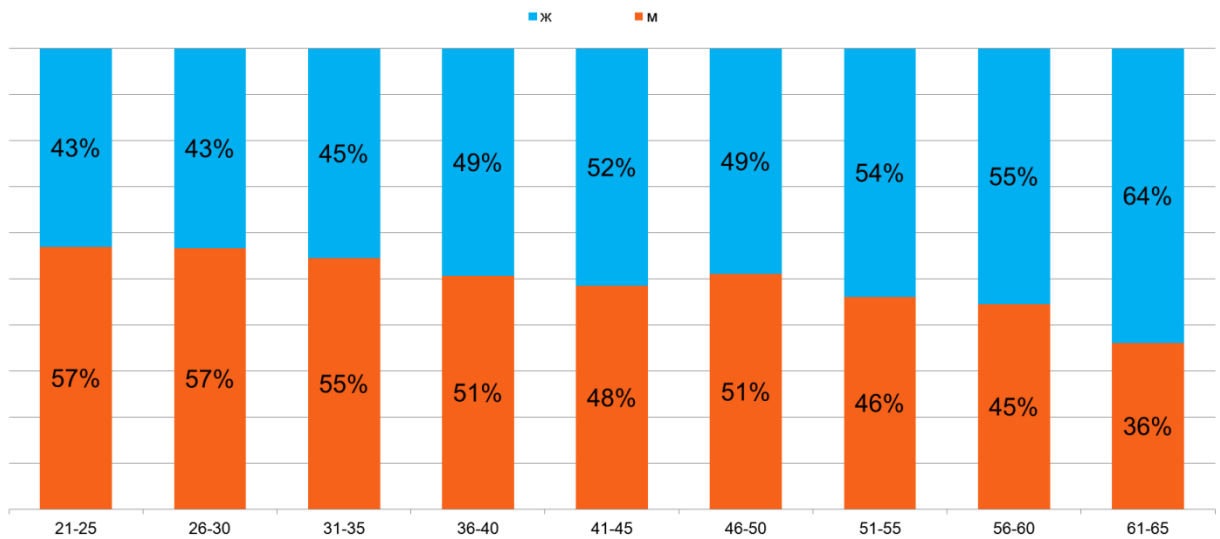
Соотношение предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин среди клиентов микрофинансовых компаний, в целом близко к 50/50, но в среднем мужчины-предприниматели всё-таки имеют небольшое преимущество, их средний доля по стране составляет 54%.

Анализ региональных особенностей демонстрирует, что в Центральном и Южном Федеральных округах доля предпринимателей-женщин хоть и ненамного, но выше доли предпринимателей мужчин (Центральный ФО – 52%, Южный ФО – 51%). В остальных регионах лидерство остается за мужским населением, при этом самый высокий показатель доли предпринимателей мужчин в портфеле микрозаймов имеет Северо-Западный ФО (включая С.-Петербург) – 62%.

Своеобразное равенство по гендерному признаку можно объяснить тем, что зачастую малый бизнес, который получает финансирование в микрофинансовых организациях, является семейным, где женщина занимается ведением документации, бухгалтерским учётом и зачастую берёт на себя решение финансовых вопросов. Поэтому, несмотря на то, что исторически предпринимательство считается преимущественно мужским занятием, среди потребителей микрозаймов количество заемщиков-мужчин и заемщиков-женщин приблизительно равное.

Возраст заемщиков

Количество предпринимателей мужчин и женщин в разбивке по возрастным группам



В возрастных группах заемщиков прослеживается весьма четкая тенденция: доля предпринимателей мужчин по мере их «взросления» сокращается, соответственно, обратная тенденция характерна для женщин. При этом изменения в сторону увеличения доли женщин-предпринимателей начинаются с возрастной группы 31-35 лет. Далее в следующих возрастных группах количество предпринимателей мужчин постепенно уменьшается и в группе 61-65 их доля составляет уже лишь 36%, то есть женщины составляют почти 2/3 от общего числа предпринимателей в этом возрасте, пользующихся микрофинансовыми услугами. В решающей мере такая ситуация обусловлена демографическими факторами – так, по данным переписи населения 2010 года уже в возрасте 61 года на 1000 мужчин приходится около 1400 женщин, и далее этот разрыв только увеличивается.

Объемы договоров

Медиана
210 000 рублей

Средняя сумма займа
296 401 рублей

Мода
400 000 рублей

Вполне предсказуемо, что и среднее значение, и мода, и медиана сумм микрозаймов оказались количественно меньше, чем аналогичные показатели микрокредитов.

Среднее значение микрозайма составляет около 300 тыс. рублей, при этом разница с модой оказалась довольно значительной и превысила 30% от среднего значения – 400 тыс. рублей. С медианой разрыв также можно назвать существенным относительно средней суммы займа – ее значение составило приблизительно 210 тыс. рублей.

Обращаясь за микрозаймами, предприниматели предпочитают брать сравнительно небольшие суммы – 34% выдач приходится на займы размером от 151 000 рублей до 300 000 рублей.

Еще по 21% приходится на небольшие кредиты до 150 000 рублей и на суммы от 301 000 до 600 000 рублей. В то же время и сроки договоров в подавляющем большинстве случаев составляют от 1 года до 2 лет, что заметно меньше аналогичной характеристики микрокредитов, которые берутся преимущественно на 2 года и более. По вполне понятным причинам более простая схема получения микрозайма привлекает сравнительно небольшие предприятия, которым нужны меньшие объемы привлеченных средств.

Численность работников, объем выручки

Объем выручки на сотрудника – 0,5 млн рублей

Средний объем выручки заемщика – 1-1,5 млн рублей

Средняя численность работников – 2-3 чел.

Численность работников заемщиков МФО составила в среднем 2-3 человека. Столь небольшое значение обуславливается тем, что подавляющее большинство получателей микрозаймов – ИП (95%), т.е., как правило, это самозанятый предприниматель без наемного персонала.

Средний объем выручки проанализированных заемщиков составляет 1-1,5 млн рублей, что опять-таки меньше аналогичного показателя по клиентам банков. Объем выручки на одного сотрудника таким образом составил в среднем 0,5 млн рублей.

Сроки договоров

Медиана
24 мес.

Средний срок
20 мес.

Мода
24 мес.

Средневзвешенный срок займа составляет 20 месяцев, а мода и медиана – 24 месяца, то есть выше средневзвешенного срока.

Превышение моды и медианы над средневзвешенным сроком объясняется тем, что кредиты большей суммы, как правило, выдаются более надежным заемщикам и на более длительный срок.

3.3. Мнение получателей микрозаймов: результаты опроса

В марте-апреле 2013 года в рамках настоящего исследования был проведён опрос предпринимателей, получавших микрозаймы размером до 1 млн. рублей в ОАО «ФИНОТДЕЛ». Аналогично опросу, проведённому ОАО «МСП Банк», анкета касалась смежного сегмента финансовых услуг – предоставления микрокредитов банковскими организациями. Дополнительно предпринимателям предлагалось объяснить причины обращения в микрофинансовые организации и оценить разницу в условиях между кредитами банков и займами МФО.

В опросе принимали участие около 300 предпринимателей, каждый из которых ранее имел опыт обращения в банковские организации для получения микрокредита.

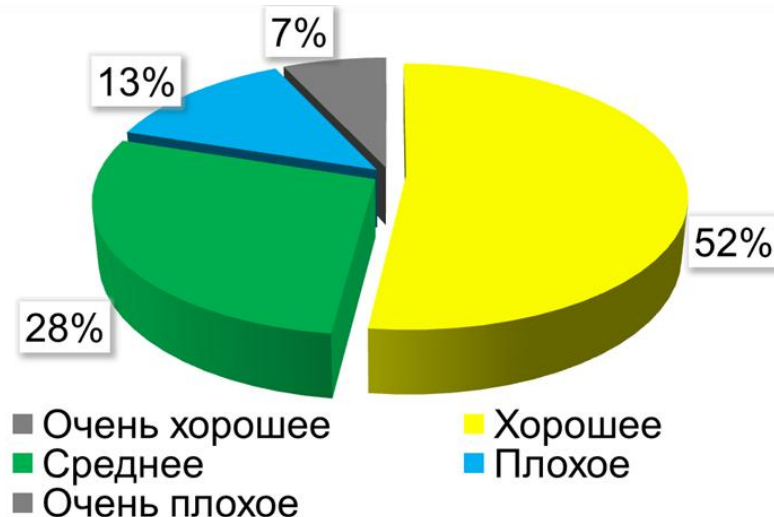
Обращались ли Вы когда-нибудь за кредитами в банки?



Наличие у всех опрошенных опыта обращения в банки свидетельствует о том, что наиболее вероятно каждый из респондентов первоначально обращался в банки, и только потом, в силу разных обстоятельств (отказ, неподходящие условия кредитования в банке), стал клиентом МФО.

Здесь следует отметить, что МФО по сравнению с банками значительно более молодой финансовый рынок. Поэтому в первую очередь заемщики, ранее не имевшие дела с микрозаймами, вероятнее всего, сначала предпочитают обратиться за кредитом в банк и только потом прибегают к услугам МФО. Часто также практикуется вариант одновременной подачи заявок и в банк, и в микрофинансовую компанию.

Были ли Вы удовлетворены качеством обслуживания в банке?



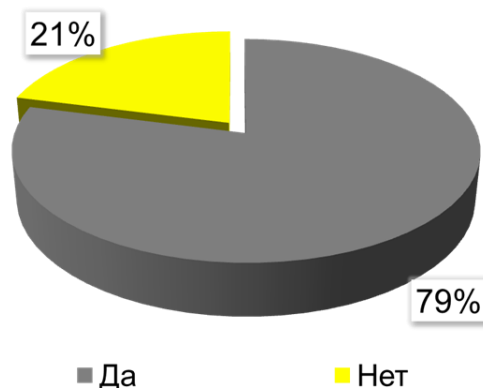
Примечательно, что ни один из респондентов не выбрал вариант «очень хорошее». Возможно, подобное впечатление о работе банка осталось в силу человеческого фактора, из-за безрезультатного для клиента взаимодействия с банком (например, отказ в получении денежных средств или требование банка об обязательном предоставлении залога или поручителя).

**Марулев Андрей Васильевич (Фонд Содействия Развитию Микрофинансовой Деятельности)
Генеральный директор:**

Безусловно, не все предприниматели довольны банковским обслуживанием, так банки в общей своей массе не могут предложить индивидуальное обслуживание для каждого заемщика из числа субъектов малого и среднего бизнеса.

Самым популярным ответом среди респондентов, оценивавших качество работы банков, стал вариант «хорошо» – 52%. «Плохим» и «очень плохим» обслуживание в сумме оценили 20% респондентов.

Получали ли Вы когда-нибудь кредит в банке?



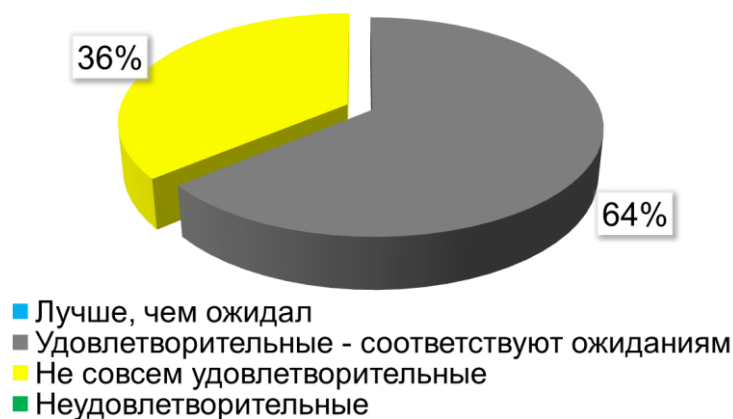
79% опрошенных ранее получали кредитные средства на развитие бизнеса в банках. Однако за новым займом они обратились уже в МФО, что может свидетельствовать о неудачном опыте обслуживания кредита, после которого, возможно, кредитная история потребителя была испорчена несвоевременно погашенной задолженностью. Также возможными причинами могут являться неудовлетворенность условиями обслуживания в банке или условиями кредита.

**Марулев Андрей Васильевич (Фонд Содействия Развитию Микрофинансовой Деятельности)
Генеральный директор:**

Микрофинансовые организации заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве с клиентом, поэтому индивидуально подходят к рассмотрению каждого заемщика – это преимущество МФО, так как они сфокусированы именно на работе с малым и средним бизнесом. Процесс рассмотрения заявок на получение микрозаймов занимает от нескольких часов, при этом МФО запрашивает минимальный пакет документов.

Основными преимуществами МФО перед банками является меньший пакет документов и более короткий срок принятия решения по заявке. Кроме того, к рассмотрению микрофинансовые компании принимают не только бухгалтерскую документацию. Как правило, МФО готовы работать с любой отчетностью, которую ведет предприниматель, включая записи в тетрадях, где обычно микро-предприниматели фиксируют свои расходы и прибыль.

Были ли Вы удовлетворены условиями предоставления кредита?



Свыше 60% предпринимателей, обратившихся за микрокредитами в банки, дали удовлетворительную и соответствующую ожиданиям оценку условиям предоставленной банком услуги. Оставшиеся 36% сообщили о не совсем удовлетворительной оценке условий предоставления микрокредита.

Почему Вы решили обратиться в микрофинансовую организацию за займом, который мог бы быть получен в банке?



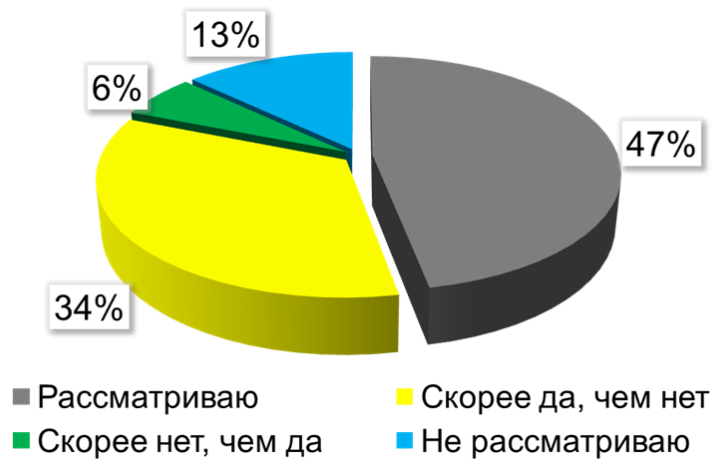
Самыми распространенными причинами обращения в микрофинансовую организацию стали «несколько отказов в банках» и «параллельная заявка» - по 27% респондентов на каждый из этих вариантов ответа. Подача параллельной заявки свидетельствует, с одной стороны, о готовности клиента рассмотреть предложения, как банка, так и МФО и, изучив условия выбрать наиболее подходящий вариант, с другой

**Марулев Андрей Васильевич (Фонд Содействия Развитию Микрофинансовой Деятельности)
Генеральный директор:**

Большинство предпринимателей предпочитают обращаться в микрофинансовые организации так как это быстрее. Иногда предприниматели в силу отсутствия каких либо планов ликвидности допускают просроченные платежи по банковским кредитам и вынуждены обращаться в МФО, где требования с хорошей кредитной истории более лояльны. Часть малого бизнеса удовлетворены условиями предлагаемыми МФО, где по микрозаймам отсутствуют какие либо залоговые поручительства и дополнительные расходы, связанные с этим.

стороны – иллюстрирует необходимость срочного получения заёмных средств – там, где заявка будет одобрена быстрее (в 90% случаев это будет МФО), например, чтобы закрыть образовавшийся «кассовый разрыв». Всего на 1% отстает вариант ответа «не устроил срок рассмотрения заявки в банке» (26% голосов опрошенных). Это свидетельствует о более высокой оперативности действий МФО по сравнению с банками. «Отсутствует кредитная история» – наиболее непопулярная причина обращения в МФО. Всего 7% респондентов выбрали этот вариант ответа.

Рассматриваете ли Вы возможность в дальнейшем обращаться за кредитом в банки?



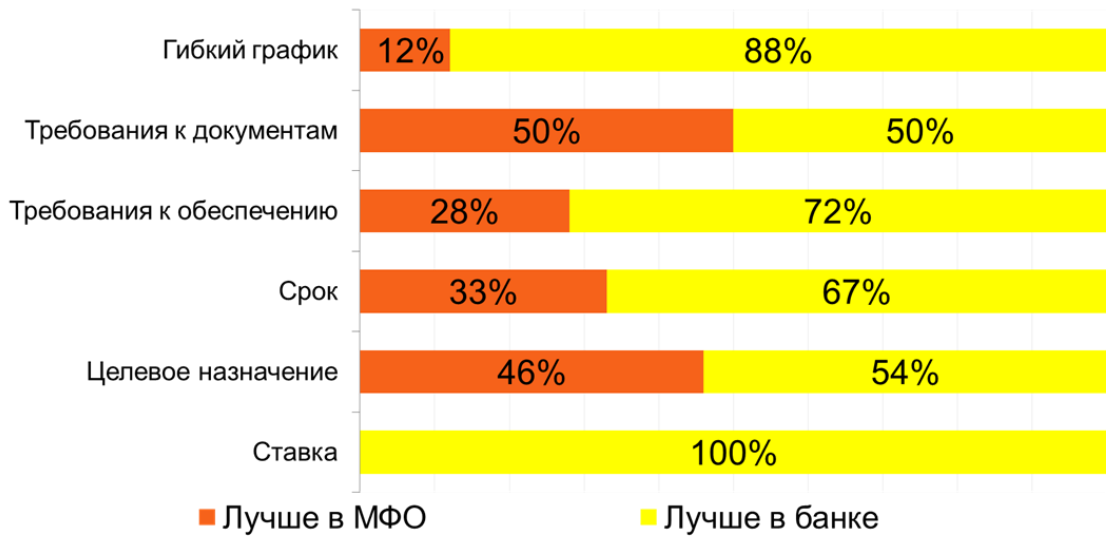
Почти половина опрошенных (47%) рассматривают возможность обращения в банк за кредитом в будущем и 34% отвечают «скорее да, чем нет». По всей видимости, это связано с тем, что, видя перспективы расширения своего предприятия, предприниматели понимают необходимость крупных финансовых вложений, которые, очевидно, на более выгодных условиях предлагают банки – ниже ставка и дольше сроки. «Скорее нет, чем да», либо «не рассматривают вовсе» – 6% и 13% соответственно. Данную категорию можно условно разделить на 2 части: первая категория – предприниматели, которые недовольны банковским обслуживанием, но удовлетворены работой МФО и настроены на дальнейшее сотрудничество с ними. И вторая категория респондентов, которая в будущем не планирует обращаться к заёмным средствам ни в банк, ни в МФО.

**Марулев Андрей Васильевич (Фонд Содействия Развитию Микрофинансовой Деятельности)
Генеральный директор:**

Вероятность того, что клиенты МФО в будущем обратятся за кредитом в банк существует, однако это только в том случае, если бизнес вырастет из своих «маленьких» штанишек и заработает положительную кредитную историю в МФО.

Также хорошо растущему бизнесу нужны более значительные суммы и более длительные сроки финансирования.

Чем на Ваш взгляд, условия заимствования в микрофинансовой организации лучше, чем в банке?



Лучшими условиями кредитования в МФО по сравнению с банками признали 13% респондентов. Вполне понятно, что банки предлагают более низкие ставки по крупным кредитам, преимущества МФО – в быстром рассмотрении заявок и в обслуживании клиентов с плохой кредитной историей или с её отсутствием. Таким образом, микрозайм гораздо более привлекателен для небольших ИП, у которых потребность в сумме не превышает 1 млн рублей.

Основное преимущество условия кредитования банков, а именно - низкую процентную ставку - отметили все без исключения респонденты. Кроме того, подавляющее большинство опрошенных (82%) указало на возможность формирования гибкого графика обслуживания долга в банке, однако 12% все же заявили, что гибкость графика выплат МФО их вполне устраивает. Интересно, что среди опрошенных клиентов банка требования к обеспечению в МФО посчитали лучшими 73% заемщиков, однако в опросе клиентов микрофинансовой организации этот показатель был выше оценен у банков (72%).

Распределение предпочтений по показателям «целевое назначение» и «требования к предъявляемым для получения денег документам» оказалось практически равным и у банков, и у МФО.

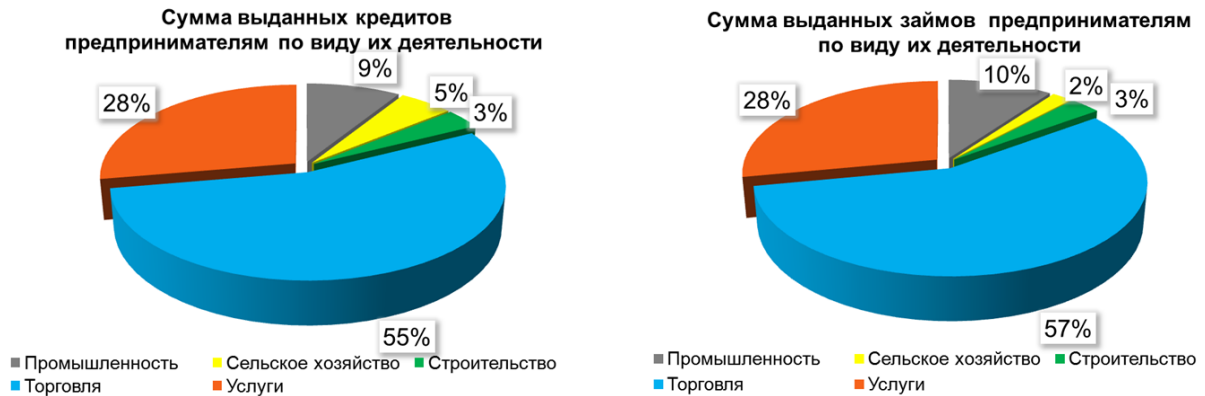
Марулев Андрей Васильевич (Фонд Содействия Микрофинансовой Деятельности) Генеральный директор:

Основными преимуществами Микрофинансовых организаций являются более лояльные и достаточно гибкие требования к объему документов, зачастую отсутствие обеспечения в виде залогов и поручительств, отсутствие жестких условий по целевому использованию микрозаймов.

Следует отметить, что, несмотря на признание условий банков лучшими по многим показателям, респонденты являются клиентами МФО, что говорит о сложности получения индивидуальными предпринимателями денежных средств в банках, что, в первую очередь, обусловлено более строгими требованиями к заемщикам.

4. МИКРОКРЕДИТЫ И МИКРОЗАЙМЫ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ

Из числа исследованных нами параметров портфелей микрокредитов и микрозаймов наименее заметными различиями характеризовалась их отраслевая структура – различия в долях различных видов деятельности оказались незначительными.



Таким образом, можно заключить, что с точки зрения отрасли деятельности заемщика принципиальные различия в их предпочтениях при выборе источника заемных финансовых ресурсов отсутствуют.

При анализе других параметров выявляются значительно более заметные различия. Так, наиболее существенны они при сравнении структуры портфеля по организационно-правовой форме заемщиков, суммам заимствований и их срокам, размерам предприятий-заемщиков и, разумеется, стоимости ресурсов.

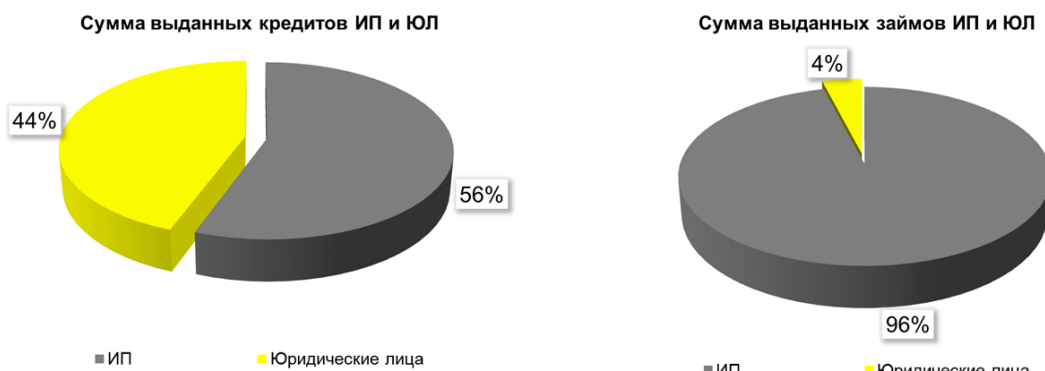
Ставки по микрозаймам традиционно значительно выше ставок по кредитам, в том числе небольшого размера. Высокие ставки МФО содержат значительно больший компонент премии за риск, который велик в силу особенностей модели деятельности микрофинансовых институтов. В среднем по рынку ставки по микрозаймам составили на начало 2013 года 25,5% годовых. Применительно к микрокредитам стоимость ресурсов оказалась почти на 10 процентных пунктов ниже – 15,6% годовых.

Если говорить об эффективных ставках (т.е. ставках с учетом комиссий), то их фактический размер может превышать номинальный в 1,5-2 раза в случае микрозаймов и в 1,1-1,3 раза в случае микрокредитов.

Заметно различаются и размеры бизнеса предприятий-заемщиков. Если за микрозаймами обращаются компании со средней численностью занятых в 2-3 человека и оборотом в 1,5 млн рублей, то в банки приходят более зрелые предприятия - среднее число сотрудников на них составило 8 человек, оборот - 12 млн рублей. Различается, соответственно, и средняя производительность труда -

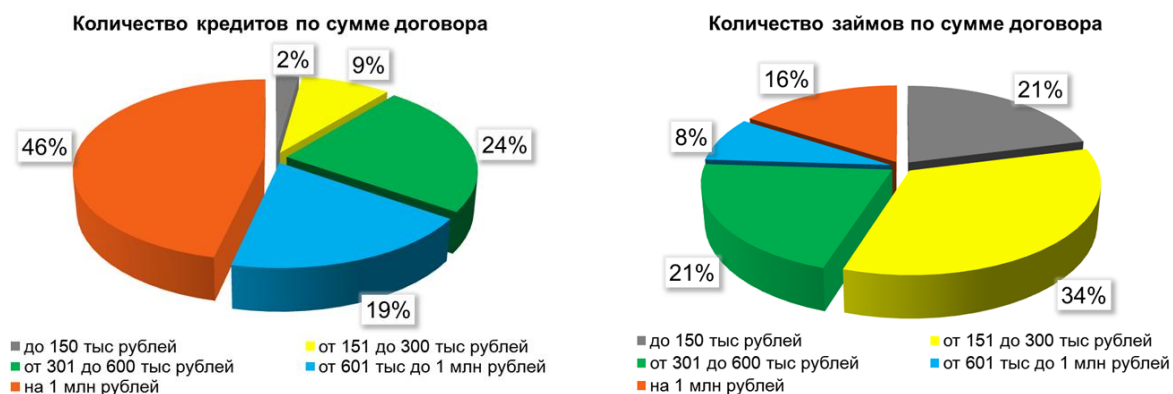
у заемщиков МФО на одного работника приходится около 0,5 млн рублей оборота, у клиентов банков - 1,5 млн рублей.

Индивидуальные предприниматели на порядок чаще юридических лиц становятся клиентами микрофинансовых организаций. В портфеле микрозаймов их доля составила около 96%. В случае микрокредитов доля ИП в портфеле тоже больше, но перевес значительно менее существенный (56% против 44%).



Это свидетельствует о том, что ИП сравнительно чаще пользуются микрофинансовыми услугами, что, очевидно, связано как с небольшими размерами займов, на которые они предъявляют спрос, так и с особенностями отчетности, которая не во всех случаях в полной мере устраивает банки. Кроме того, в ряде случаев кредиты в банках индивидуальные предприниматели оформляют на себя как на физические лица.

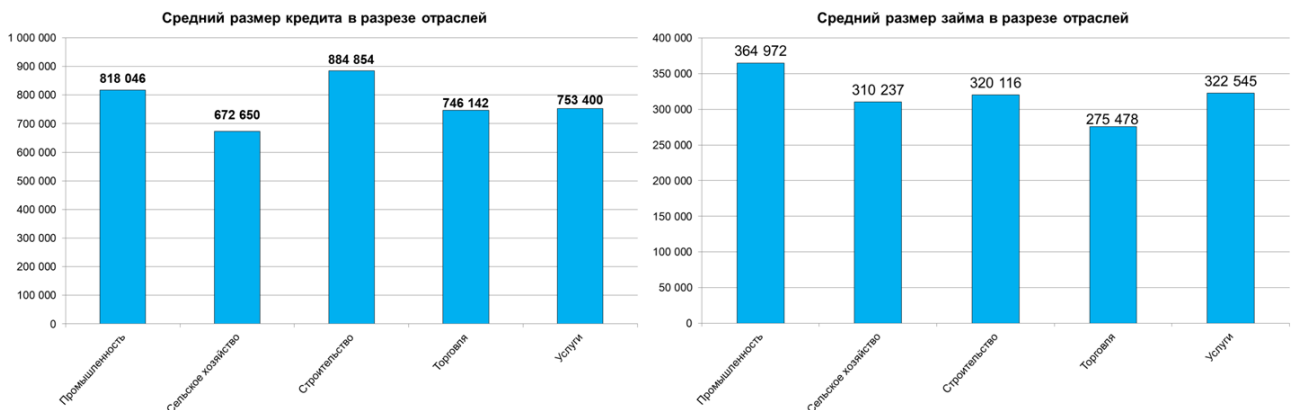
По суммам заключаемых договоров выделяется сильный крен размеров микрокредитов к максимальному значению – 1 млн рублей. Так, 65% портфеля – это кредиты на сумму более 600 тысяч рублей, а 46% - ровно на 1 млн. В случае микрозаймов эти доли составляют 24% и 16% соответственно. Микрозаймы тяготеют к диапазону 151-300 тысяч рублей (34%). Кроме того, существенная доля портфеля формируется займами на сумму не более 150 тысяч рублей и на 301-600 тыс. рублей (по 21%).



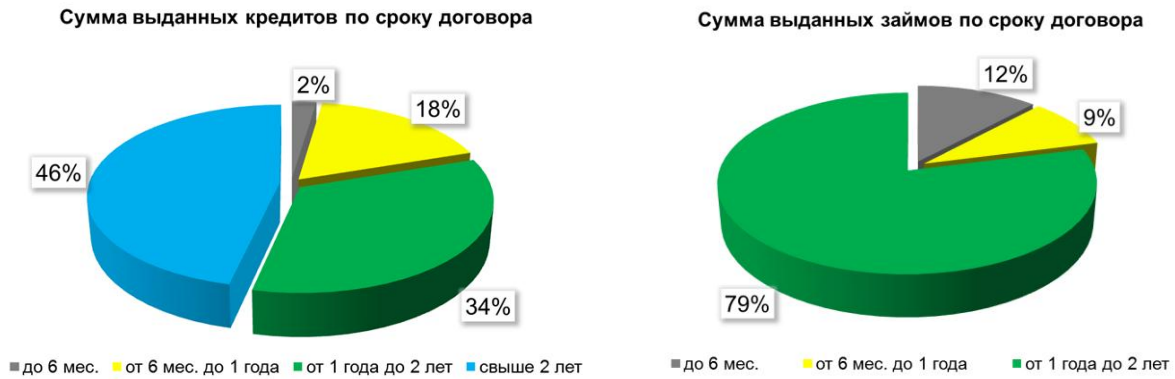
Средний размер микрокредита составил по итогам расчетов около 750 тыс. рублей, микрозайма - 300 тыс. рублей.

Такое соотношение связано с тем, что финансовые модели банков и МФО существенно различаются с точки зрения структуры издержек. У микрофинансовых организаций ниже административно-хозяйственные расходы и издержки, связанные с выполнением требований регулирующих органов. В то же время пассивы у МФО более дорогие. Таким образом, условный порог рентабельности по сумме у банковского кредита заметно выше, чем в случае МФО.

С точки зрения сумм заимствований выделяются также характерные особенности, связанные с отраслевой принадлежностью заемщиков. Так, в случае микрокредитов максимальным средним размером заимствования характеризуется отрасль строительства, минимальным – сельское хозяйство. В среднем наиболее крупные микрозаймы берут предприятия в промышленной сфере, самые малые суммы – торговые компании.



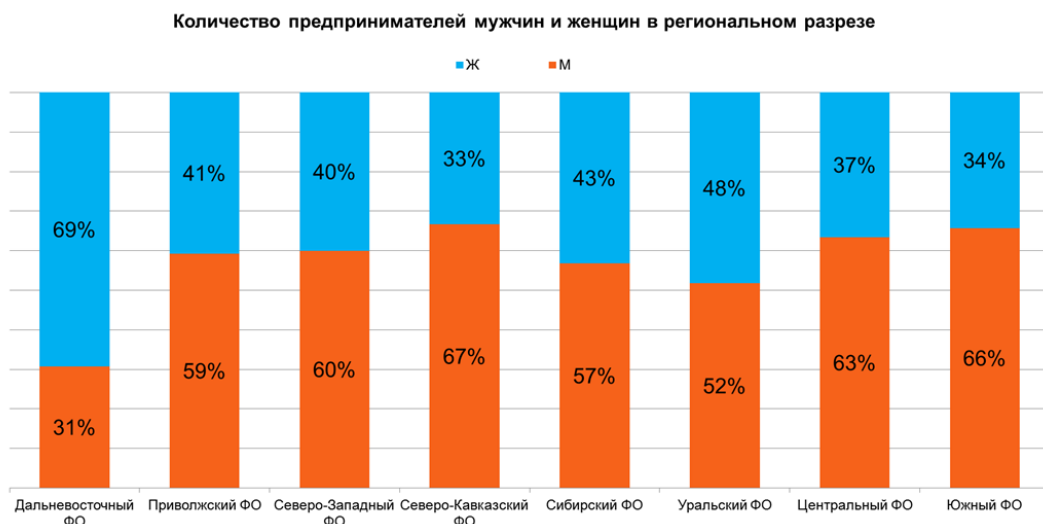
Срочная структура аналогично с суммами смещена у банков в большую сторону. Так, применительно к проанализированному портфелю 46% кредитов в 2012 году было выдано на срок свыше 2 лет. В случае микрозаймов аналогичная доля составила лишь 11%. Подавляющее большинство микрозаймов выдается на 1-2 года (79% портфеля). Доля таких же по срочности кредитов также довольно существенна, но заметно меньше – 34%.



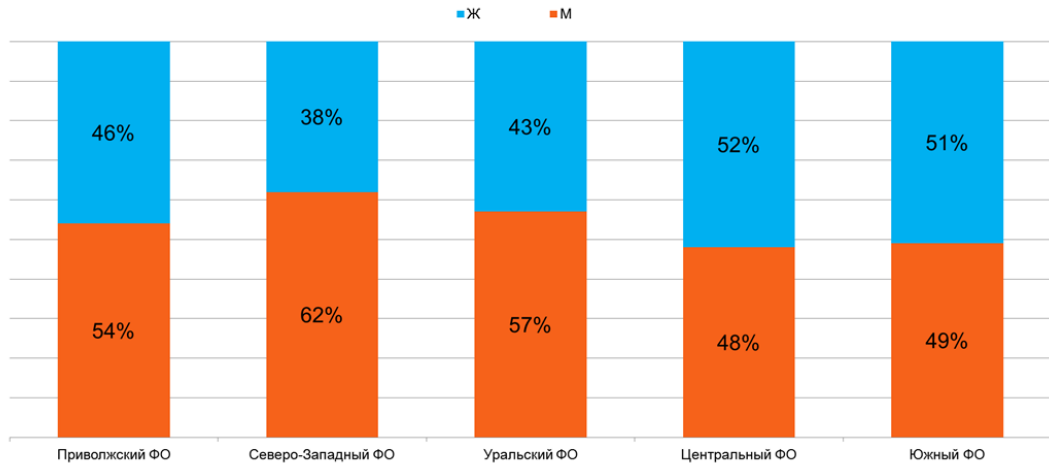
Это в числе прочего объясняется и стоимостью заимствований – дорогие микрозаймы брать на долгий срок может быть нерентабельно, – поэтому из этого источника заемных средств финансируются бизнес-процессы со сравнительно меньшей длительностью цикла (более короткие проекты, например, отдельно взятые закупки с прогнозируемым сбытом).

Следует также отметить, что займы на срок до 6 месяцев в портфеле микрозаймов составляют 9%, а в портфеле кредитов – лишь 2%. Это свидетельствует о том, что за средствами на покрытие кассовых разрывов предприниматели часто предпочитают обращаться в МФО, что, очевидно, связано с более простыми процедурами оформления заимствования и большей оперативностью. В среднем срок договора микрозайма составил 12 месяцев, микрокредита – 26 месяцев.

Сравнительно незначительно, но, тем не менее, различается половая структура заемщиков МФО и банков. В портфеле микрозаймов соотношение мужчин и женщин оказалось более равномерным. Так, в портфеле микрокредитов практически во всех федеральных округах (за исключением Дальневосточного ФО) доля мужчин превышает 50%.

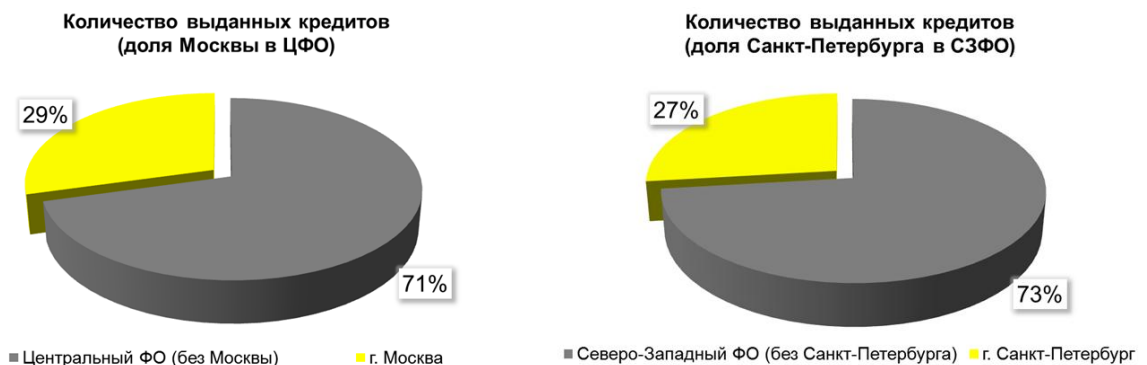


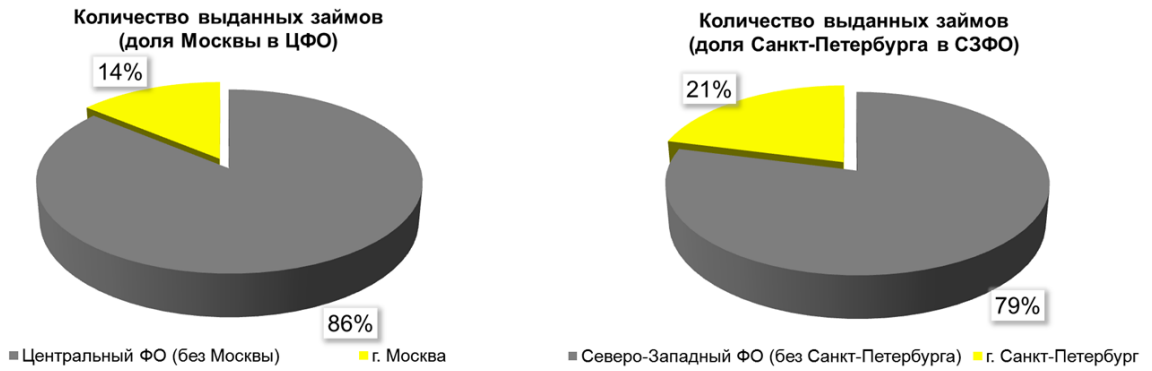
Количество предпринимателей мужчин и женщин в региональном разрезе



В среднем компании, возглавляемые женщинами-предпринимателями несколько меньше и, как следствие, их доля в спросе на микрозаймы выше, чем в спросе на микрокредиты. В этой связи доли женщин и мужчин среди клиентов МФО заметно ближе друг к другу. Распределение заемщиков по полу рассматриваемых портфелей схоже с картиной, которая вырисовывается в целом по рынку – доля женщин-руководителей бизнеса снижается по мере роста размеров предприятий.

Заметные отличия в структуре портфелей выделяются в региональном разрезе и в первую очередь – в активности предпринимателей из Москвы и Санкт-Петербурга. Их доля на микрофинансовом рынке значительно ниже, чем на рынке микрокредитов. Так, доля Москвы в портфеле микрокредитов, выданных в Центральном ФО, составила 29%, доля Санкт-Петербурга в СЗФО – 27%. Соответствующие доли в портфелях микрозаймов – 14% и 21%.





Это свидетельствует о том, что при хорошо развитом секторе финансовых услуг предприниматели все же предпочитают пользоваться банковскими услугами. В то же время МФО восполняют недостаток предложения финансовых услуг в регионах и, в особенности, в городах и сельской местности за пределами агломераций административных центров.