

МСБ

Цветные тематические страницы №9–14 являются составной частью газеты «Коммерсантъ». Распространяются только в составе газеты.

Малый и средний бизнес

Вторник 13 декабря 2016 №231 (5981 с момента возобновления издания)

nprav.kommersant.ru

14 | Тенденции на рынке корпоративного кредитования

16 | Насколько активны нижегородские предприниматели в госзакупках

18 | Особенности франчайзингового бизнеса в современных условиях

В уходящем году рынок корпоративного кредитования наконец-то начал подавать признаки жизни. Быстрее всех адаптировался к кризису сектор среднего бизнеса. И, конечно, тут же обострилась борьба между банками за качественных клиентов. На новом витке конкуренции крупные и средние финансовые структуры потихоньку отбирают долю у небольших игроков. Все сходится в главном: будущее рынка зависит от трех факторов — восстановления экономики, политики ЦБ РФ и внешнеэкономической политики в части санкций.

Три фактора роста

— конкуренция —

Пейзаж после битвы

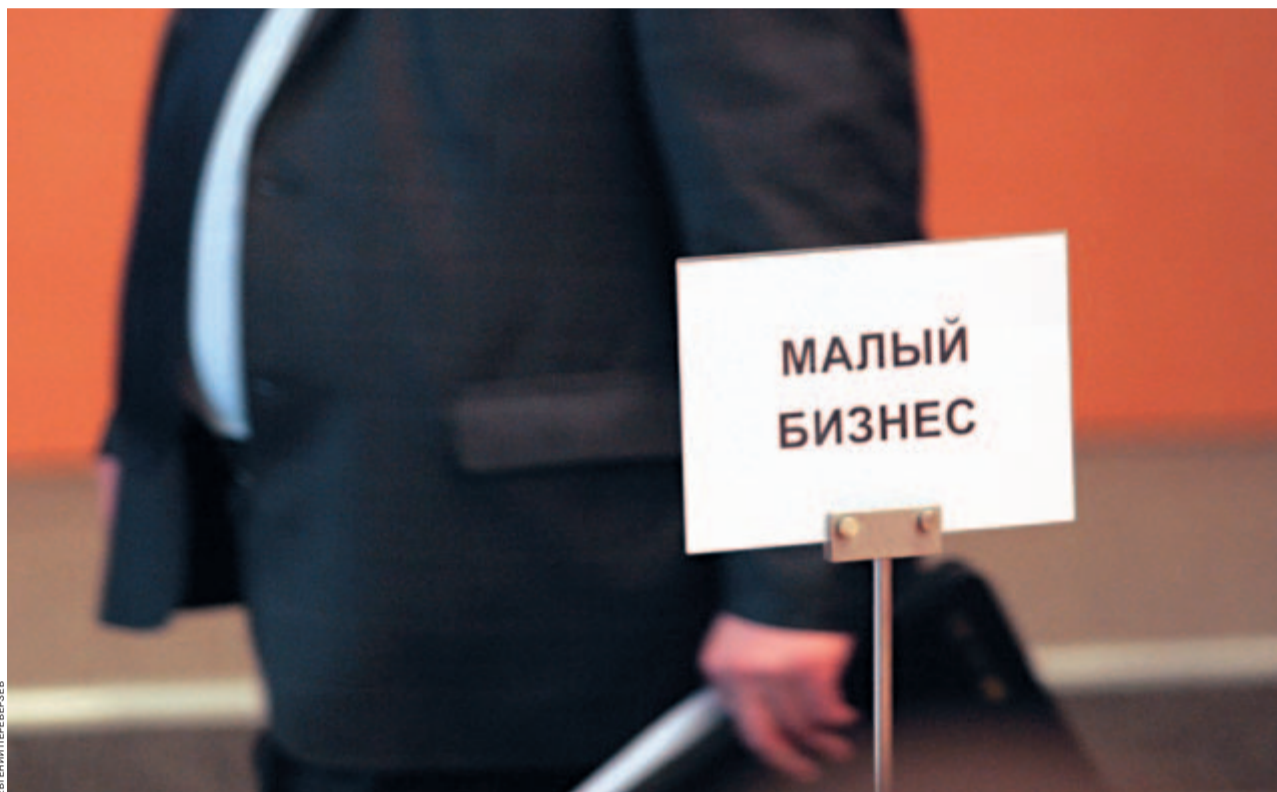
В прошлом году малый и средний бизнес (МСБ) испытал настоящий шок. Ухудшение макроэкономической ситуации и резкое подорожание фондирования после повышения ЦБ ключевой ставки в декабре 2014 года практически парализовали кредитование этого сектора. Реакция последовала немедленно: многие банки в январе — феврале 2015 года прекратили выдавать займы средним и малым предприятиям.

Выжили только компании, сумевшие сократить расходы, провести оптимизацию и занять освободившиеся ниши. Пережить трудные времена им помогли программы МСП-банка, условия которых стали удобнее для банков-партнеров и клиентов, желающих получить льготное фондирование. В результате эксперты зафиксировали первые благоприятные сигналы.

«Первые с конца 2014 года объем выдачи кредитов субъектам МСБ немного вырос по итогам второго квартала 2016 года (+2% по сравнению с показателями второго квартала 2015-го). В январе — июне объем кредитов, выданных банками, составил 2,4 трлн руб., что всего на 0,6% меньше результатов аналогичного периода 2015 года», — сообщил директор по банковским рейтингам агентства РАЕХ Александр Сарав.

Однако результаты девяти месяцев 2016 года показали, что радоваться еще рано. Объем кредитов, выданных банками МСБ, по итогам третьего квартала 2016 года снизился на 10% по сравнению с выданными за аналогичный период прошлого года, а выдача с начала года сократилась на 4,1%. «Совокупный корпоративный портфель всех банков на 1 октября 2016 года составил 31 150,8 млрд руб. Для сравнения: на 1 октября 2015 года это были 31 747,8 млрд руб.», — добавил аналитик.

Тем не менее участники рынка уже не столь пессимистичны, как год назад, и отмечают оживление спроса со стороны предпринимателей: объем кредитных заявок МСБ, полученных участниками исследования РАЕХ «Кредитование МСБ в России» за шесть месяцев 2016 года, в два раза превысил результаты первого полугодия 2015 года. Однако прирост в основном обеспечили предприятия со слабым



Банкиры отмечают оживление спроса на кредиты со стороны предпринимателей

финансовым «здоровьем», из-за чего доля одобренных заявок резко снизилась (23% в первом полугодии 2016-го против 34% годом ранее). Банки постепенно наращивают объем кредитования качественных заемщиков, потребность которых в заемных ресурсах растет, и при этом отказываются от выдачи кредитов предпринимателям с повышенным риском-профилем. А таких становится все больше.

Специалисты отметили активизацию лидеров корпоративного кредитования. Кризис они пережидали, финансируя крупный бизнес, а сейчас снова увидели перспективы в сегменте МСБ. За девять месяцев 2016 года объем кредитов, выданных крупными банками МСБ, вырос на 19% по сравнению с результатами девяти месяцев 2015-го, в то время как банки за пределами топ-30 продемонстрировали сокращение на 22%.

Человеческий фактор

Как считает исполнительный директор по работе со средними клиентами корпоративного бизнеса банка «Открытие» Марат Гареев, банки независимо от формы собственности стали уделять среднему бизнесу особое внимание. Возможно, частные банки проявляют чуть большую гибкость и оперативность в работе с компаниями.

В текущем году кредитование среднего бизнеса начало восстанавливаться. С первого квартала 2016 года растет количество заявок на установление кредитно-гарантийных лимитов. Это говорит о восстановлении предпринимательской инициативы. Согласно «Индексу Опоры RSBI», деловая активность средних компаний выше, чем малых, и по доступности финансирования, и по показателям бизнеса, особенно по объему продаж. Желание и возможности инвестировать в развитие у производителей заметно выше, чем у торговых предприятий и компаний из сферы услуг. Большинство заемщиков, которые активно пользуются господдержкой, в частности льготными займами по «Программе 6,5» (ставка для среднего бизнеса сегодня составляет 9,6%), — это именно средние производители, в том числе занимающиеся обработкой и рыболовством. Производители продовольствия также выиграли от антисанкционных мер. Средний бизнес начинает расширять производство, обновляет оборудование. Но такие возможности есть далеко не у всех.

«Сегодня большинство банков начинают более серьезно оценивать свои риски, экономить и следить за рентабельностью. В этом контексте средний бизнес — это тот сегмент, в котором можно зарабатывать и на кредитах, и на других видах услуг, при этом вкладывая не так много собственного капитала. Кроме того, просрочка в этом сегменте не столь высока, и банки научились с ним работать», — отметил старший вице-президент Росбанка Андрей Пастернак.

«Маржинальность бизнеса большинства компаний в этом году упала из-за снижения потребительского спроса. В итоге многие наши клиенты из среднего бизнеса перестроили финансовые модели и планы продаж, кредитную политику по отношению к заемному капиталу. Они адаптировались к экономической ситуации, поэтому в этом году у нас не было дефолтов», — подчеркнул управляющий директор по корпоративной работе Абсолют-банка Максим Прошев.

Как признают банкиры, отношения с качественными клиентами изменились. С одной стороны, банки стали более внимательны как к самим заемщикам, так и к экономическим показателям их бизнеса, залоговому обеспечению кредитов. С другой — отношения с топ-менеджментом компаний стали более доверительными, поскольку в трудные времена важно уметь договориться с партнером. Хотя только на одном доверии далеко не уедешь. Конкурентные преимущества получили участники программ МСП-банка, которые имеют возможность предложить качественные заемщикам более выгодные условия и ставки по займам.

Сумма проведенных с начала года торгов, а их было более тысячи, превысила 24 млрд руб., из которых около 4 млрд руб. пришлось на долю малого и среднего бизнеса. При этом свыше половины выигравших аукционы (62%) являются местными предпринимателями. Также в торгах принимают участие бизнесмены из 33 субъектов РФ. Среди них компании из Москвы и Санкт-Петербурга, Владимирской, Волгоградской, Пензенской, Кировской, Рязанской, Саратовской областей, Татарстана, Марий Эл и Чувашии, а также Ставропольского и Краснодарского краев. Больше всего предпринимателей интересовало аукционы на выполнение работ по капитальному ремонту в учреждениях социальной сферы, содержанию и ремонту автомобильных дорог, на закупку серверного оборудования и противовирусных препаратов. Торговались на пяти ак-

Крупнейшие участники программ МСП-банка, которые имеют возможность предложить качественные заемщикам более выгодные условия и ставки по займам.

Крупнейшие участники программ МСП-банка, которые имеют возможность предложить качественные заемщикам более выгодные условия и ставки по займам.

Крупнейшие участники программ МСП-банка, которые имеют возможность предложить качественные заемщикам более выгодные условия и ставки по займам.

Крупнейшие участники программ МСП-банка, которые имеют возможность предложить качественные заемщикам более выгодные условия и ставки по займам.

Память потери

Ставки кредитования снижались на протяжении всего 2016 года, но не так заметно, как ключевая ставка ЦБ. По данным Банка России, средняя ставка по кредитам для МСБ сроком на год снизилась с 16,5% на начало года до 15,5% на 1 сентября. Средняя ставка по кредитам для корпоративных клиентов сроком на год снизилась с 13,4% на начало года до 12,2% на 1 сентября.

Как сообщила эксперт по кредитным продуктам Banki.ru Юлия Рыбакова, в текущем году наиболее популярными программами кредитования бизнеса у банков снова стали кредиты на пополнение оборотных средств. Также увеличилось количество банков, предлагающих рефинансировать бизнес-кредиты сторонних банков, что особенно актуально для предпринимателей, взявших кредит в начале 2015 года под высокий процент.

Оборотная сторона денег

Выводы независимого эксперта подтверждают и участники рынка. «Руководители средних и малых компаний, как правило, сейчас не смотрят далеко вперед, поэтому банки больше фокусируются на кредитовании оборотного капитала. Длинные инвестиционные деньги выдаются редко и только под те проекты, окупаемость которых очевидна», — отметил господин Прошев.

Сюрпризы от франшизы

— тренд —

В трудные для экономики времена российские предприниматели обратили внимание на франчайзинговый бизнес. Это понятно: при грамотном подходе готовое и раскрученное предприятие может приносить стабильный доход при небольших вложениях. Однако эксперты уверяют: 75% франчайзинговых компаний в нашей стране работают по принципу финансовых пирамид и в любой момент могут пойти на дно, потянув за собой инвесторов.

На фоне падения российской экономики в целом отечественный рынок франчайзинга выгодно отличается неплохими показателями. Эксперты отмечают, что это общемировая тенденция: кризис в любых странах стимулирует рост числа предприятий, открытых по франшизе.

«Пиковыми годами взлета рынка франчайзинга в России были не самые простые 1999–2000 и 2010–2011 годы. Тогда мы фиксировали рост 25%. Сейчас динамика хоть и замедлилась, но все равно составляет 10% роста в год», — рассказал исполнительный директор Российской ассоциации франчайзинга Юрий Михайличенко. По его словам, эта тенденция вполне объяснима: «В сложные времена предприниматели уходят под знамена известных сетей, предпочитая не экспериментировать с собственным бизнесом».

По словам генерального директора компании «Франкон», эксперта портала franshiza.ru Нины Семиной, кризис существенно подстегнул развитие франчайзинга и даже повлиял на появление новых франшиз в различных сферах бизнеса. Так, появились предложения франшиз известных компаний, которые ранее игнорировали эту форму ведения бизнеса и открывали только собственные предприятия. Кроме того, многие известные компании, которые имели франшизы, но продавали их довольно лениво, именно сегодня запустили активные рекламные кампании по привлечению партнеров. Яркий пример — сотовый оператор «Билайн».

«Франчайзинг стал для многих компаний приоритетной стратегией развития в 2016 году. Динамика роста количества франшиз сохранилась на уровне предыдущих, докризисных годов. Это очень показательно, учитывая тот факт, что некоторые компании приостановили развитие франчайзинга и даже ушли с рынка в этот период. Причиной таких положительных результатов как раз таки стало появление значительного количества новых франшиз», — поясняет Нина Семина.

По принципу пирамиды

По оценкам Российской ассоциации франчайзинга, сейчас в России насчитывается около 2 тыс. предложений сетевых концепций, но только около 1 тыс. из них можно отнести к франчайзинговым. «Но и из них настоящих франшиз — не более 700. Я говорю именно о тех компаниях, которые соответствуют общемировым требованиям франчайзинга: имеют франчайзинговое соглашение, охраняемый бренд, предоставляют партнерам обучение, поддержку», — поясняет Юрий Михайличенко.

Нина Семина добавляет, что, к сожалению, существуют компании на российском рынке, которые предлагают «франшизу», но на практике это «либо на уровне идеи, либо предприниматель не имеет достаточного опыта для развития франчайзинга, либо это просто попытка заработать на продаже франшизы и не задумываться о дальнейшем развитии своих партнеров-франчайзи».

Эксперты сходятся в одном: фейковых франшиз, работающих по принципу финансовых пирамид, на российском рынке сегодня на порядок больше, чем настоящих. Генеральный директор компании EMTG Екатерина Солак говорит, что «в России реально работают только 25% франшиз. Остальные 75% — это фейк». Особенно много франшиз-однодневок в регионах. «Оттуда постоянно приходит информация о том, что заводятся уголовные дела на франчайзеров, которые направо и надело распродают франшизу, обанкротились и теперь предприниматели с них требуют назад свои деньги», — рассказывает Солак. По ее мнению, это происходит потому, что на рынке франчайзинга процветает недобросовестная реклама. Предпринимателям внушают, что если быстро создать франшизу, то можно за месяц без особых усилий стать миллионерами: «Люди верят, не разобравшись, бросаются в эту авантюру и в итоге остаются банкротами сами и тянут за собой других горе-предпринимателей».

По словам Антона Красулина, генерального директора сети лапшечных «Воккер», в сфере общепита действительно много липовых франшиз, но они, как правило, сразу видны: «Мы рекомендуем обращать внимание только на те франшизы, которые имеют минимум пять собственных объектов. Это дает определенную гарантию. И обязательно перед покупкой самостоятельно посетить интересные заведения, пробовать продукцию, смотреть, как реагируют потребители».

Сегодня с недобросовестными франшизами и откровенными фейками активную борьбу ведет Российская ассоциация франчайзинга. Организацией было инициировано создание национального рейтинга проверенных франшиз. «Такой же список должен быть поддержан и государством. Мы его уже начали формировать совместно с Федеральной корпорацией развития малого и среднего бизнеса», — говорит Юрий Михайличенко.

Кроме того, организация помогает разоблачать фейковых франчайзи, публикуя о них информацию в открытых источниках информации — профессиональных сообществах в интернете, блогах и т. п. «Народ должен знать своих героев. Ну и, конечно, мы активно помогаем обманутому инвесторам защитить их права как через правоохранительные органы и суды, так и через институт третейских судов», — говорит Михайличенко.

Тендерные различия

— закупки —

В условиях экономической рецессии и доминирования крупных компаний в России малый и средний бизнес (МСБ) старается выжить всеми возможными способами. Одним из стабильных источников дохода остается участие в госзакупках, но и здесь предприниматели ждут сложные условия и солидную конкуренцию. «Б» разбирался, как нижегородские участники МСБ справляются с тендерной машиной и какова вероятность остаться в плюсе.

В последние несколько лет Нижегородская область пережила ряд резонансных разбирательств вокруг тендерных процедур, касающихся госзакупок. Например, в этом году участники рынка жаловались на наделение компании «Нижегородская областная фармация» правом единст-

венного поставщика лекарств для областных больниц, оспаривались контракты областного фонда капремонта многоквартирных домов по замене лифтов. Бизнес сталкивался со сверхбыстрыми тендерами под определенные компании, а крупные госкорпорации — со срывом закупок из-за споров участников торгов. Подобные ситуации затягивали и старты крупных инфраструктурных проектов, как это было в случае со строительством новой магистрали до аэропорта Стригино.

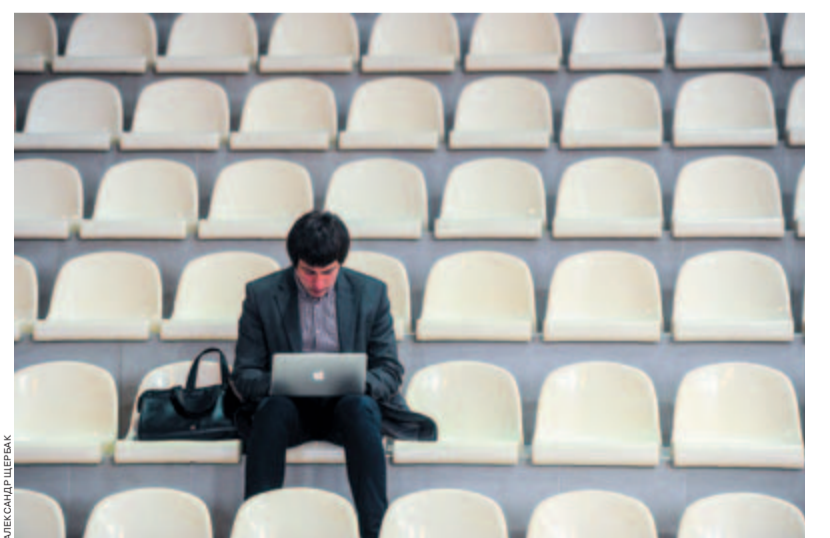
В этих условиях малый и средний бизнес зачастую остается на втором плане и тратит свое время в судах, хотя занимает немалую долю в экономике Нижегородской области и рассчитывает на объективное участие в закупках. По данным регионального управления налоговой службы, сейчас в регионе работают свыше 130 тыс. субъектов МСБ. В областном

правительстве утверждают, что после кризиса 2008 года и экономического спада 2014 года малый и средний бизнес смог нарастить оборот на 40,6%, увеличив при этом долю в ВРП с 14,7% до 21%. Налоговые отчисления выросли более чем вдвое — до 6,7 млрд руб. ежегодных выплат. Игроки рынка сетуют на рост налоговых проверок, дороговизну кредитов и падение прибыли, но не спешат сворачивать бизнес: по статистике регионального кабинета министров, за два года в области закрылось примерно 34,5 тыс. компаний, но в то же время свыше 45 тыс. предпринимателей начали свое дело.

Рады малым

В министерстве экономики и конкурентной политики Нижегородской области оценивают общий объем государственных закупок для нужд региона в 27,5 млрд руб.

Сумма проведенных с начала года торгов, а их было более тысячи, превысила 24 млрд руб., из которых около 4 млрд руб. пришлось на долю малого и среднего бизнеса. При этом свыше половины выигравших аукционы (62%) являются местными предпринимателями. Также в торгах принимают участие бизнесмены из 33 субъектов РФ. Среди них компании из Москвы и Санкт-Петербурга, Владимирской, Волгоградской, Пензенской, Кировской, Рязанской, Саратовской областей, Татарстана, Марий Эл и Чувашии, а также Ставропольского и Краснодарского краев. Больше всего предпринимателей интересовало аукционы на выполнение работ по капитальному ремонту в учреждениях социальной сферы, содержанию и ремонту автомобильных дорог, на закупку серверного оборудования и противовирусных препаратов. Торговались на пяти ак-



кредитованных площадках: Единая электронная торговая площадка, «Электронные торговые системы», Агентство по государственному заказу Республики Татарстан, «Сбербанк-автоматизированная система торгов» и «ПТС-тендер».

Занятость малому и среднему бизнесу обеспечивали и государствен-

ные корпорации. Так, группа компаний ASE, управляемая нижегородским АО НИАЭП госкорпорации «Росатом», в 2015 году провела свыше 400 закупок у субъектов МСБ на общую сумму 1,4 млрд руб. На долю малого и среднего бизнеса, таким образом, пришлось 85,6% всех процедур ASE.

с16

малый и средний бизнес

Три фактора роста

— конкуренция —

По его словам, в нынешнем году, как и в прошлом, приоритет номер один — качество кредитного портфеля. Банки концентрируются на работе с действующими клиентами, попутно забирая хороших клиентов у конкурентов. Сегодня компаниям со средним финансовым состоянием получить кредит в новом банке проблематично.

Кредитование МСБ продолжает оставаться якорным продуктом в сегменте корпоративного бизнеса. Однако экономическая ситуация сделала банковское финансирование бизнеса консервативным как со стороны банков, так и со стороны самих предпринимателей: они пока не спешат ввязываться в долги. В кризис в моду вошли другие направления. По словам первого заместителя председателя правления Локо-банка Ирины Григорьевой, в сегменте малого бизнеса банки уходят от простого кредитования в сторону расширения линейки транзакционных продуктов и предложения нефинансовых сервисов.

«Банк только кредитует» — этот стереотип уходит в прошлое. «Сейчас банки стали активно предлагать бизнесу и нефинансовые услуги, в том числе юридическое и налоговое сопровождение, сервисы по ведению бухгалтерии, страховые продукты. Ведется постоянная работа над усовершенствованием стандартных дистанционных сервисов, и, по нашим прогнозам, количество таких сервисов будет только увеличиваться. Таким образом банки стремятся занять постоянное место в жизни клиентов», — отмечает эксперт.

«В кризис вырос спрос на гарантии и аккредитивы. Эти инструменты страхуют риски неплатежей в системе, поскольку внутри компаний риск-менеджмент не такой серьезный, как в банке. После отмены «зарплатного рабства» стали совершенствоваться зарплатные карточные проекты. Как правило, зарплатные проекты делятся между пулом банков, которые конкурируют между собой уже за конкретного работника компании», — добавил господин Пастернак. По его словам, для ритейлеров большое значение имеют инкассация и эквайринг, которые составляют существенную часть их текущих расходов.



Председатель правления Нордеа-банка Михаил Поляков указал на существенный рост спроса на деривативы и продукты кэш-менеджмента со стороны бизнеса. «Компании заинтересованы в снижении рисков и повышении оборачиваемости капитала», — пояснил он.

По мнению госпожи Гарева, важным фактором при выборе банка становится качественные расчетно-кассовые услуги: «Одним из основных приоритетов является скорость расчетов и технологическое наполнение ДБО. Сейчас практически все операции клиенты предпочитают совершать, не посещая банковский офис. Все большую популярность сейчас набирает мобиль-

ное приложение для бизнеса, так называемый портал менеджера.

Экономика, ЦБ и Трамп

По мнению господина Грошева, в 2017 году на развитие рынка кредитования МСБ будут влиять три ключевых фактора: состояние российской экономики, политика ЦБ и возможное смягчение санкций новым президентом США. Впрочем, главный аналитик Бинбанка Наталья Ващелок на быструю отмену санкций советует не рассчитывать: за благо можно считать отсутствие новых ограничений в отношении России.

В 2017-м ожидается возобновление роста кредитного портфеля:

КОТЕКСТ СКОЛЬКО ПРЕДПРИЯТИЙ МСБ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

По данным единого реестра субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ) Федеральной налоговой службы (ФНС) в Приволжском федеральном округе зарегистрировано 1,7 млн таких предприятий. Большая часть из них — микробизнес, на него приходится более 93% компаний в этом секторе. Нижегородская область находится на втором месте в округе по числу субъектов малого и среднего бизнеса. Как подсчитали в ФНС, в регионе 131,2 тыс. предприятий МСБ. Большая часть из них представлена индивидуальными предпринимателями, которые относятся к категории микробизнеса. Таких в Нижегородской области 63,9 тыс. человек. Юридических лиц, чей доход не превышает 120 млн руб., в регионе 59,7 тыс. Малых предприятий — 6,3 тыс., индивидуальных предпринимателей этой категории — 817 человек. Меньше всего в Нижегородской области, как и в целом по ПФО и по стране, зарегистрировано средних предприятий. Среди юридических лиц таких в регионе всего 470 компаний, среди ИП — 12. При этом в Нижегородской области, который выборочно собирает данные по МСБ, подсчитали, что с января по июнь 2016 года только оборот малых предприятий составил 255,1 млрд руб., а объем их инвестиций в основной капитал достиг 6,3 млрд руб.

Признаки восстановления

— эксперт —

Для всех нас 2016 год складывался напряженно, но интересно. Малый бизнес по природе своей более чувствителен к колебаниям экономики, потому что у малых предприятий нет запаса по капиталу, который позволил бы им пережить два-три нестабильных года. Но у МСБ есть и свои преимущества: этот сектор, и практика это подтверждает, всегда мобильнее и его адаптивность к меняющимся условиям тоже выше. Макроэкономические прогнозы позволяют надеяться, что если не сейчас, то через полгода мы сможем говорить как о свершившемся факте о завершении адаптации предпринимательского сообщества к новым условиям. Я не говорю, что все будет хорошо: адаптация на уровне совершившегося падения это не то, что хотелось бы видеть. Мы нацелены на рост, и не в размере статистической погрешности, а в более ощутимых значениях. Но для этого надо еще много работать, и результативность этой работы зависит от каждого из нас.

Статистика по Нижегородской области уже внушает сдержанный оптимизм. Например, количество работающих предприятий в регионе с 2013 по 2016 год стабильно росло, а это в основном как раз малый и средний бизнес, потому что крупные предприятия исчисляются единицами. Доля убыточных предприятий в регионе в 2013 году заметно увеличилась, а потом планово-нормально начала снижаться. То есть мы подходим к докризисным показателям, и по стоимости обслуживания кредитов вышли практически на докризисный уровень. Поступление налогов на прибыль в текущем году на 20% больше, чем в 2015 году, это тоже демонстрирует, что, хотя в целом у МСБ ситуация по-прежнему тяжелая, есть предприятия, которые чувствуют себя лучше.

Есть и другие косвенные показатели наметившихся позитивных трендов. Например, в этом году НБД-Банк выдал первый аккредитив в Китае в рублях. Не секрет, что наши региональные компании активно работают с Китаем, и аккредитивы раньше, конечно, тоже использовались, но традиционно — в долларах либо в евро, только в последние два года начал появляться юань. Рублевые сделки по аккредитивам в Китае для больших федеральных банков, которые обслуживают крупный бизнес, может быть, и не новость. А для нас как регионального банка, который обслуживает сектор малого и среднего бизнеса, это интересный факт, который мы расцениваем как показатель состояния экономики и состояния МСБ конкретно в нашем регионе.

Еще один позитивный факт — по данным Центробанка, в целом по банковской системе, и мы можем это подтвердить на собственных цифрах, к середине 2016 года перестала расти просроченная задолженность по кредитам. Что это означает? Мы знаем, что после существенных изменений ситуации в экономике, которые произошли в 2014–2015 годах, многие предприятия, в том числе в сегменте малого и среднего бизнеса, ушли с рынка, разорились, обанкротились. Ушли по-разному — некоторые постарались максимально рассчитаться со всеми, кто-то, наоборот, решил обмануть как можно больше кредиторов, чтобы себе что-то оставить. Но с уходом кого-то из участников рынка его доля неизбежно перераспределяется между остальными. Конъюнктура меняется, и те, кто выжил, получают дополнительную клиентскую базу и на фоне наметившейся стабилизации экономики продолжают работать. Поэтому сегодня мы фиксируем не просто сокращение количества банкротств и портфеля просрочки, но и наметившийся рост производственных и финансовых показателей у ряда игроков в разных отраслях. Это и есть адаптация бизнеса, и с учетом более оптимистичных прогнозов на 2017 год мы видим в этом признаки того, что ситуация стабилизируется. Я не стану говорить, что это уже свершившийся факт, но объективные показатели позволяют на это надеяться.

Александр Шаронов, председатель правления ПАО «НБД-Банк»

«МСБ сегодня кредитуются на условиях лучше, чем крупнейшие корпорации»

О кредитной политике банков в современных условиях и новых финансовых инструментах господдержки для среднего бизнеса рассказывает руководитель департамента региональной сети банка ВТБ — старший вице-президент **Михаил Волков**.

— эксперт —

— Как вы характеризуете ситуацию на рынке кредитования среднего бизнеса? Как изменилась конъюнктура за последний год?

— С начала 2015 года на рынке произошли знаковые изменения, заметно повлиявшие на ситуацию в банковском секторе. Это прежде всего девальвация рубля и ограничения как по выводу на зарубежные финансовые рынки капитала, так и по завозу продукции. Сейчас можно констатировать, что правильные и последовательные действия правительства РФ и Банка России помогли стабилизировать ситуацию: ключевая ставка существенно снизилась, стоимость кредитов, в том числе в сегменте МСБ, сравнялась с уровнем 2013–2014 годов, а антикризисные действия властей привели к позитивным для экономики последствиям.

Так, экономически выгодной стала работа над импортозамещением и повышением экспортной ориентированности компаний, в том числе малых и средних. В сферах, где прежде никто не думал о конкурентоспособности российской продукции, она появилась. Например, в легкой и текстильной промышленности представители китайского бизнеса готовы создавать СП с российскими партнерами и инвестировать в развитие бизнеса на нашей территории.

Еще одна знаковая тенденция заключается в том, что если раньше в структуре нашего кредитного портфеля в сегменте МСБ доминировали торговые компании, то сейчас активизировалась производственная сфера: у предприятий есть желание инвестировать в создание новых производств либо в расширение и модернизацию действующих. Если брать разрез по отраслям, то в очевидном плюсе — пищевая промышленность и сельское хозяйство, демонстрирующие колоссальный рост как с точки зрения производственных показателей, так и в плане инвестиций, причем не только в традиционных аграрных регионах. Конечно, в АПК инвестиционный срок по объективным причинам короче, чем в реальном секторе, так что не исключено, что в скором времени мы увидим эффект и в других отраслях.

— Ужесточились ли в этих условиях подходы банков к отбору заемщиков в сегменте МСБ? Возможен ли вообще сегодня в этом сегменте оптимальный баланс между ростом кредитного портфеля и его качеством?

— Безусловно, все события в экономике сказываются на банковском секторе, и объем проблемных долгов остается серьезным. Но если говорить о кредитной политике ВТБ в отношении среднего бизнеса, то мы всегда строили ее максимально взвешенно, и в результате объем проблемной задолженности в этом сегменте у

нас ниже, чем по рынку в целом. Но кроме правильности выбранной нами стратегии не может не радовать и еще одна тенденция. В период экономической нестабильности неизменно сокращается круг потенциальных заемщиков: с рынка уходят слабые, но очень эффективные компании, неспособные быстро реагировать на внешние вызовы, но сейчас мы видим, что этот процесс практически исчерпан, ситуация стабилизировалась.

При этом отмечаю, что, несмотря на трудности, в целом в нашей кредитной политике мы глобально ничего не меняли. В отличие от многих банков даже в самый разгар турбулентности в начале 2015 года руководством ВТБ было принято решение не приостанавливать кредитование и поддерживать клиентов. Мы по-прежнему идем навстречу предпринимателям, при необходимости занимаемся реструктуризацией кредитов и не претендуем на их бизнес. Ведь наша основная задача как госбанка — поддерживать экономику страны.

В целом в 2015 году темпы роста кредитного портфеля в сегменте среднего бизнеса несколько сократились, но здесь, скорее, повлияла не кредитная политика банков, а выжидательная позиция бизнеса, который стал пересматривать свои цели и задачи. Но уже в этом году мы видим, что запрос на финансирование есть. Например, только через Корпорацию МСП к нам пришли около 200 новых клиентов, и они уже получили финансирование.

Потенциал сегмента мы оцениваем очень позитивно и на ближайшие три года планируем рост кредитного портфеля в сфере среднего бизнеса более чем в два раза. — Достаточны ли меры господдержки, принимаемые профильными федеральными институтами для стимулирования кредитования МСБ? Есть ли в регионах резервы для роста объемов кредитования по этим программам?

— Вообще, усилия государства по поддержке МСБ, предпринятые в последнее время, я бы назвал прорывными для этой сферы. Те инструменты, которые сегодня предлагает, например, Корпорация МСП, помогают предпринимателям получать финансирование на условиях лучше, чем имеют крупнейшие компании страны. Это прецедент в современной истории России, тем более в условиях непростой ситуации в экономике.

Банк ВТБ одним из первых стал работать по программам Корпорации МСП, и на данный момент мы выигрываем более 60% всего кредитного портфеля популярной программы «Шесть с половиной». На сегодняшний день у нас заключено сделок на 35 млрд рублей с разными субъектами МСБ по всей стране. Причина успеха, на мой взгляд, в том, что мы принимали непосредственное участие в разработке программы, кроме того,

велись предметные консультации с бизнесом. В результате получился реально работающий, востребованный инструмент, удобный для предпринимателей: фактически при подаче заявки они контактируют только с банком, мы как сервисная компания все вопросы решаем по принципу одного окна. Это, кстати, одна из наших главных задач — уйти от представления о банке как о сложном бюрократизированном институте, стать максимально простыми и комфортными, интуитивно понятными.

Отдельно мы работаем с Фондом развития промышленности (ФРП). Его программы не считаются целевыми для малых предпринимателей, но, учитывая суммы кредитов, которые выделяют через ФРП, речь вполне может идти о поддержке среднего бизнеса.

Если говорить о ситуации в регионах, то определенным дисбалансом в том, насколько активно бизнес использует новые финансовые возможности, существует, но, скорее, по объективным причинам — в силу разной структуры экономики. И я бы не ставил вопрос о достаточности и доступности финансирования — актуальнее, на мой взгляд, вопрос о конкретных проектах, нуждающихся в инвестициях, и о том, готов ли бизнес вкладывать средства, свои или заемные. Все-таки период осторожности предпринимателей, закономерно следующий за любыми шоковыми изменениями в экономике, хотя и завершается, но опасения у бизнеса остаются, и банкиры испытывают дефицит проработанных качественных проектов.

— У вас есть опыт взаимодействия с властями разных регионов страны. Как вы оцениваете существующий инструментарий властей субъектов РФ по поддержке МСБ?

— Я считаю, что решение вопроса доступности финансовых средств для бизнеса — не первоочередная задача субъектов РФ, по крайней мере их функционал не должен сводиться к этому, их бюджетные возможности и так ограничены. Решать его должны инструменты, созданные на федеральном уровне, а также банковские продукты. Взять, например, бюджетные гарантии субъектов РФ: по сути, нам как банку было бы выгодно переложить свои риски на региональную казну, то есть в случае неплатежеспособности заемщика забрать деньги из бюджета. Но это неправильно. Мы умеем профессионально оценивать риски, проекты, финансовое состояние компаний и должны заниматься этим сами. А бюджет должен прежде всего обеспечивать социально-экономическое развитие региона. Это главная функция областных властей, и показателем того, насколько они с ней справляются, является качество жизни и уровень удовлетворенности жителей региона. Кстати, это всегда очень сложно почувствовать: например, у банка мо-



гут быть отличные финансовые показатели, но если уровень удовлетворенности клиентов недостаточно хорош, то никакая позитивная динамика не имеет смысла.

Поэтому каждый должен заниматься своим делом. И от чиновников на местах требуется, скорее, не дополнительная финансовая поддержка, а качественный сервис в рамках их полномочий. По сути, уровень сервиса власти должен быть таким же, как в бизнесе: чтобы все было предельно понятно, просто, доступно с точки зрения информации и простоты решений. Менеджер банка может долго и увлеченно рассказывать клиенту про процессы и технологии, но ему это не нужно, ведь его конечная цель — получить даже не деньги, а конкретный продукт или услугу, которые он хочет на эти средства приобрести, вовремя и без лишнего хлопота. То же бизнесу нужно и от власти. А предприниматель нового поколения уж точно не хочет ходить по инстанциям — они хотят получить услугу в несколько кликов. И в этом смысле очень здорово, что уровень цифровизации госуслуг растет.

— Один из самых обсуждаемых в экспертной среде вопросов — сможет ли МСБ стать локомотивом российской экономики. Когда и при каких условиях, на ваш взгляд, это возможно?

— Сегодня зачастую принято сначала искать дно, а потом — «локомотивы», которые способны экономике отбуксовать, но, на мой взгляд, это неконструктивно. Любуй большой путь к глобальной цели требует времени и решения многих задач — не может быть одного простого решения, одного-двух-трех «локомотивов». И в этом смысле долгосрочные перспективы сегмента МСБ я связываю с выходом на рынок предпринимательского поколения Y и даже Z, которому уже неинтересно строить карьеру по родительскому сценарию, до пенсии сидя на одном месте, они воспитаны в рыночной среде и хотят развиваться, что-то генерировать и ради этого готовы рисковать. Уверен, эти ребята будут создавать тот самый недостающий пласт малого и среднего бизнеса, и это даст толчок расширению сегмента.

малый и средний бизнес

«Наиболее востребована малым бизнесом финансово-гарантийная поддержка»

Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (Корпорация МСП) работает в России чуть больше года. О первых результатах работы в Нижегородской области, как новый институт взаимодействует с областными властями и о том, какие меры поддержки наиболее интересны нижегородским бизнесменам, рассказывает заместитель генерального директора Корпорации МСП **Наталья Ларионова**.

— интервью —

— **Какие проекты реализуются в Нижегородской области с участием Корпорации МСП? Как корпорация взаимодействует с региональными властями?**

— В апреле 2016 года Корпорация МСП подписала с правительством области соглашение о сотрудничестве, в котором прописаны мероприятия по развитию малого и среднего бизнеса в регионе по всем основным направлениям. Речь идет прежде всего об оказании нижегородским предпринимателям финансовой, имущественной, информационно-маркетинговой и правовой поддержки.

Одно из приоритетных направлений нашей совместной работы — увеличение доли малого бизнеса в закупках крупнейших компаний с госучастием. Кроме того, мы сотрудничаем в части развития инфраструктуры поддержки субъектов МСП и предоставления услуг корпорации через многофункциональные центры. Плюс мы вместе работаем над сбором и систематизацией лучших региональных и муниципальных практик поддержки малого бизнеса, а также над стимулированием небольших компаний к внесению дополнительных сведений в Единый реестр субъектов МСП. Сейчас мы составляем перечень мероприятий по развитию малого бизнеса в Нижегородской области на 2017 год.

— **Какие инструменты поддержки малого и среднего бизнеса со стороны Корпорации МСП наиболее востребованы предпринимателями региона?**

— Наиболее востребована в Нижегородской области финансово-гарантийная поддержка. Так, по состоянию на ноябрь 2016 года, предпринимателям региона выдано 147 гарантий Корпорации МСП на общую сумму 401,6 млн руб., что позволило им привлечь банковское финансирование на сумму 978,9 млн руб. Для сравнения: всего в Приволжском федеральном округе было выдано 1207 гарантий на сумму 4,8 млрд руб. То есть доля Нижегородской области довольно велика.

— **Как реализуется в регионе программа «Шесть с половиной» (банки, кредитующие предпринимателей, могут получить рефинансирование в ЦБ под 6,5% годовых)?**

— В рамках программы стимулирования кредитования субъектов МСП, которую мы называем «Шесть с половиной», в Нижегородской области корпорация выдала 36 поручительств по кредитам банков (по ставке до 11% годовых) на сумму 474,3 млн руб. Эти поручительства выдавались компаниям, реализующим проекты в сельском хозяйстве, в сфере переработки сельхозпродукции, пищевой промышленности, а также в сфере туризма, производства упаковочной продукции и стройматериалов.

— **Сколько банков, работающих на территории Нижегородской области, сейчас сотрудничают с корпорацией? Какие банки наиболее активны?**

— В число банков-партнеров Корпорации МСП по программе «Шесть с половиной» сейчас входит 31 банк,



и 18 из них имеют отделения в Нижегородской области. В их числе Сбербанк, банк ВТБ, Альфа-банк, Россельхозбанк, Промсвязьбанк и другие, а также опорный региональный банк — НБД-Банк. Кроме того, после летнего снижения требований к капиталу банков мы принимаем заявления от банков о допуске к участию в программе «Шесть с половиной», и документы нам представил еще один опорный банк Нижегородской области — «Ассоциация».

— **Как вы оцениваете уровень доступа малого и среднего бизнеса к закупкам в регионе?**

— Нижегородская область входит в десятку регионов-лидеров по этому показателю. Так, по данным на ноябрь 2016 года, объем договоров, заключенных крупнейшими заказчиками и субъектами МСП, работающими на территории региона, составил 22 млрд руб. Для сравнения: общий объем договоров крупнейших заказчиков с субъектами МСП по ПФО за десять месяцев 2016 года составил 252,7 млрд руб.

— **Эффективны ли работают региональные меры господдержки, на ваш взгляд?**

— Мы можем оценивать лишь отдельные направления поддержки субъектов МСП, основываясь на имеющихся данных, получаемых, в том числе, от региональных властей. Например, в каждом регионе, в соответствии с федеральным законодательством, должен быть утвержден перечень государственного имущества субъектов РФ и му-

ниципалитетов, которое может предоставляться в аренду малому бизнесу. С начала 2016 года в Нижегородской области перечень объектов госимущества для субъектов МСП расширен с 12 до 14, а муниципальные перечни содержат 734 объекта. При этом перечни муниципального имущества для предпринимателей утверждены в 35 муниципальных районах из 39, в то время как целевое значение на год по плану-графику — 31 муниципалитет. То есть здесь план перевыполнен. С другой стороны, если говорить о городских округах, то такие перечни сейчас есть в 12 таких округах, хотя по плану на год в 10 городских и сельских поселениях.

— **Как развивается сотрудничество с Корпорацией МСП региональной гарантийной организацией (РГО) в Нижегородской области?**

— В Нижегородской области действует автономная некоммерческая организация — Агентство по развитию системы гарантий и микрофинансовая организация для субъектов МСП. Мы совместно реализовали шесть сделок с общим объемом гарантийной поддержки 103,2 млн руб.: 69,4 млн руб. — гарантии корпорации и 33,8 млн руб. — поручительства РГО. Это позволило субъектам МСП привлечь 147,5 млн руб. кредитных средств.

Деятельность регионального агентства можно оценивать по ключевым показателям эффективности, которые зафиксированы в нашем соглашении с нижегородским правительством. На ноябрь 2016 года агентством предоставлено поручительств в объеме 421,4 млн руб. — это 65% от запланированных объемов в 2016 году. Из них 14 млн руб. — в рамках совместных сделок с корпорацией, но этот показатель, мы надеемся, агентство существенно увеличит уже к концу года.

— **Запущен ли в Нижегородской области бизнес-навигатор для предпринимателей? Какие виды информации он предоставляет?**

— Разработанный Корпорацией МСП интернет-ресурс для предпринимателей «Бизнес-навигатор МСП» (SMBN.ru) успешно запущен и уже доступен пользователям Нижегородского Новгорода. Всего же до конца 2016 года ресурс суммарно охватит 169 городов России с численностью жителей более 100 тыс. человек. С помощью этого сервиса пользователь может выбрать на интерактивной карте оптимальный вид бизнеса в привязке к конкретной локации, оценить существующий спрос и размер инвестиций в будущий проект, сформировать бизнес-план, подобрать помещение в аренду. Рыночный потенциал выбранного бизнеса в заданном пользователем месте оценивается «Бизнес-навигатором» по разнице между платежеспособным спросом и текущим рыночным предложением.

Кстати, для удобства бизнесменов этот инструмент работает в формате «одного окна». Ресурс помогает пред-

принимателям найти информацию о кредитах для бизнеса, выбрать помещение для дальнейшей покупки или аренды, узнать о существующих мерах поддержки малого и среднего бизнеса, а также быть в курсе планов закупок крупнейших заказчиков.

— **Предоставляются ли в регионе услуги малому бизнесу через МФЦ? Какие именно?**

— В соответствии с соглашением, которое мы заключили с уполномоченным МФЦ по Нижегородской области, услуги корпорации должны оказываться в девяти МФЦ региона из 63 не позднее 1 декабря 2016 года. Карта МФЦ, в которых можно получить услуги корпорации, размещена на нашем официальном сайте и в «Бизнес-навигаторе МСП» — их перечень определяется субъектом. В многофункциональных центрах бизнес сможет получить информацию о государственном и муниципальном недвижимом имуществе, свободном от прав третьих лиц, о формах и условиях финансовой поддержки, предоставляемой корпорацией и банками-партнерами, включая информацию о программе «Шесть с половиной», а также о возможности участия субъектов МСП в закупках товаров, работ и услуг крупнейших заказчиков.

Кроме того, уже в 2017 году предприниматели смогут получить в МФЦ информацию об объемах и номенклатуре закупок крупнейших заказчиков с госучастием, данные о мерах поддержки, предоставляемых малому бизнесу органами государственной власти и местного самоуправления, а также организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов МСП. Кроме того, через МФЦ можно будет записаться на участие в тренингах для предпринимателей, которые проводит корпорация.

— **Какие новые инструменты поддержки МСБ намерена внедрить корпорация до конца года и в следующем году?**

— В 2016 году мы провели большую работу по налаживанию взаимодействия с органами госвласти и МСУ, чтобы вывить имущество и дополнить перечни. В результате объем имущества, предлагаемого в аренду субъектам МСП, в том числе на льготной основе, увеличился на 29%. Эта работа будет продолжена и в 2017 году, в том числе с Росимуществом, так как в 23 субъектах РФ федеральное имущество не представлено в перечнях для оказания имущественной поддержки субъектам МСП.

Повышение доступности имущества малым и средним компаниям во многом связано с внесением изменений в федеральное законодательство, такие предложения корпорация сформулирует в 2017 году. Кроме того, в следующем году на территории Нижегородской области мы планируем провести тренинги «Азбука предпринимателя» и «Школа предпринимателя». Это бесплатные обучающие семинары, на которые мы приглашаем всех желающих начать или расширить собственное дело.

Беседовала Анна Павлова

Гарантированные перспективы

— инструменты —

В период кризиса одним из немногих стабильно растущих сегментов банковского бизнеса в Нижегородской области остаются гарантии. В кредитных учреждениях это объясняют растущей ролью госзакупок в портфеле предприятий и прогнозируют дальнейшее увеличение спроса на банковские гарантии, в том числе со стороны малого и среднего бизнеса (МСБ).

Банковские гарантии — классический финансовый продукт, который появляется в продуктовой линейке большинства банков уже на стадии ее формирования. И в то время, как кредитные портфели многих финансовых учреждений в кризис снижаются, гарантийный портфель, напротив, увеличивается, рассказали «Ъ» сразу в нескольких банках. «В последние годы спрос на банковские гарантии в Нижегородской области возрос. В первую очередь это связано с введением обязательного требования по предоставлению гарантий при заключении контрактов с государственными и муниципальными бюджетными учреждениями», — отмечает директор поволжского филиала Райффайзенбанка Александр Грицай. Интересу к гарантиям способствует не только возрастающая потребность компаний работать с госконтрактами, но и осторожность предпринимателей в непростое для бизнеса время в заключении новых контрактов, добавляет начальник отдела корпоративных клиентов НБД-Банка Дмитрий Шулин.

В результате гарантии сейчас занимают третье место по популярности среди банковских продуктов для юридических лиц после расчетно-кассового обслуживания и кредитования, отмечают банкиры. Так, объем гарантий, выданных НБД-Банком предприятиям Нижегородской области с начала года, на 1 ноября составил более 951 млн руб. — это 4,8% от общего объема предоставленных кредитов и банковских гарантий за этот период. Еще один нижегородский региональный банк — Саровбизнесбанк — с начала 2016 года только нижегородскому бизнесу выдал банковских гарантий на сумму 1,2 млрд руб. Также активно выдают гарантии банки с госучастием: например, на 1 октября этого года гарантийный портфель нижегородского филиала ВТБ составил 6 млрд руб., из которых 3,2 млрд руб. приходится на долю среднего бизнеса. Сбербанк абсолютных цифр по региону не раскрывает, но Волго-Вятский банк выдает около пяти гарантий в день, рассказал директор управления по малому бизнесу Волго-Вятского банка Сбербанка Алексей Андреев.

От тендера до тендера

Самые востребованные — гарантии, выдаваемые участникам различных тендеров, — тендерные гарантии, и гарантии исполнения условий договора. Это связано с тем, что и те, и другие, в соответствии с требованиями законодательства РФ, являются обязательными, поясняет Дмитрий Шулин. «Тендерная гарантия нужна, чтобы возместить убытки организатора тендера, если победитель откажется от заключения договора на предложенных им условиях. Применение тендерных гарантий сейчас настолько распространено, что без них не обходится практически ни один конкурс, проводимый ли он государственным, муниципальным учреждением или же коммерческой организацией», — рассказывает господин Шулин. Именно поэтому гарантийный механизм в Нижегородской области очень востребован, полагает руководитель по среднему корпоративному бизнесу Альфа-банка в Нижнем Новгороде Иван Саморуков: в регионе традиционно высока концентрация предприятий оборонного комплекса и госсетора, которые по закону просто обязаны получать банковские гарантии при исполнении госконтрактов. Соответственно, чаще всего запрашиваются гарантии для участия в тендерах в рамках федеральных законов «О контрактной системе» и «О закупках госкомпаний», а также в рамках взаимоотношений с Федеральной налоговой службой, отмечает президент Саровбизнесбанка Ирина Алужкина: «На сегодня банковские гарантии — обязательное условие практически всех конкурсных процедур, проводимых в соответствии с этим законодательством. Активно используются банковские гарантии федеральные структуры, государственные компании и корпорации. Также все чаще запрашивают гарантии при условии авансирования крупные частные компании». Кроме того, среди самых востребованных видов гарантий во всех сегментах бизнеса — гарантии возврата НДС и гарантии возврата аванса, добавляет Александр Грицай из Райффайзенбанка.

В силу требований законодательства чаще всего пользуются банковскими гарантиями производители оборудования, поставщики работ и услуг по контрактам с госкорпорациями и муниципальными учреждениями, а также производственные и торговые-закупочные предприятия, говорят банкиры. В числе последних активными пользователями этого финансового инструмента являются алкогольные компании (в части освобождения от уплаты акцизов и использования акцизных марок по назначению) и компании-импортеры (в части ускоренного возмещения НДС), рассказывает президент Саровбизнесбанка.



Банковские гарантии открывают бизнесу возможности для участия в госзакупках и тендерах крупных компаний

Кроме того, банковские гарантии популярны среди крупных компаний, работающих в сфере IT и консалтинга, предприятий строительной и нефтегазовой отрасли, добавляет Александр Грицай. В НБД-Банке наиболее активно этим банковским инструментом в этом году пользовались предприятия обрабатывающих производств, их доля в общей сумме выданных банковских гарантий по итогам трех кварталов составила 30,5%. «Причин может быть несколько: активное участие компаний этой отрасли в аукционах, отсечение рисков и защита своих интересов при заключении новых контрактов», — поясняет Дмитрий Шулин. В нижегородском филиале ВТБ наиболее активно используются банковскими гарантиями предприятия, работающие в сфере машиностроения и транспорта, предприятия наукоемких отраслей и под-

рядные организации, торговые компании, предприятия пищевой, фармацевтической и химической промышленности.

Гарантия не гарантируется

Получить банковскую гарантию не так просто, признают банкиры. Как правило, условия предоставления — сроки, состав обязательств — очень индивидуальны и зависят от требований, предъявляемых бенефициаром, в пользу которого выдана гарантия. «Банк оценивает в первую очередь риски неисполнения принципом, то есть тем, за кого дается гарантия, взятых обязательств и, исходя из этого, устанавливает плату за свои услуги. Или отказывает в выдаче гарантии, если риски считает неприемлемыми», — рассказывает Ирина Алужкина. Кроме того, при оценке рисков и вытекающей из них стоимости

банк принимает во внимание и наличие соответствующего опыта и компетенций у клиента, наличие квалифицированного персонала, репутационную составляющую — то есть во многом подходы такие же, как и при кредитовании, добавляет госпожа Алужкина.

В последние годы банки стали более тщательно подходить к оценке заемщиков, внимательнее изучать специфику деятельности клиента, отмечает Иван Саморуков из Альфа-банка. «В этом есть и свои плюсы: условия для клиентов становятся более гибкими, поскольку банки наращивают свою отраслевую экспертизу и лучше погружены в специфику различных секторов экономики», — уверен господин Саморуков. По его словам, наиболее рискованными являются гарантии в сфере строительства, а также других отраслей, где преобладают контрактные работы. Низкорисковыми, по оценке банковских экспертов, — таможенные, акцизные и экспортные гарантии.

малый и средний бизнес

Быстрый, гибкий, электронный — живой

Компании малого и среднего бизнеса (МСБ) в кризис особенно страдают, так как теряют покупателей. Электронные торговые площадки помогают взамен исчезнувшего заказчика найти сразу много. Но для получения регулярных заказов и участия в закупках наравне с крупными поставщиками таким компаниям приходится трансформироваться.

— практика —

Крупные заказчики все чаще предпочитают работать с небольшими поставщиками. Игорь Прохоров, совладелец компании «Аксиома Электрика» из подмосковного города Фрязино, объясняет, что контракт на 1 млн руб. для небольшой компании имеет большее значение, чем для крупного поставщика. Именно поэтому компании из сегмента МСБ готовы предоставлять максимально качественный сервис независимо от размера контракта. «Правда, сейчас проблема в том, что многие крупные проекты сворачиваются из-за кризиса», — замечает он. Есть и другая серьезная проблема — отсрочки по оплате, которые достигают в некоторых случаях 120 дней. «Иногда в силу законодательства поставщик может получить деньги и вовсе через два-три года», — рассказывает Екатерина Петруша, начальник отдела маркетинга АО «Электромаш» из подмосковных Мытищ. — Кроме того, далеко не всегда удается достичь взаимопонимания с заказчи-

ком. Некоторые клиенты не понимают, что такое норма отгрузки. Например, лист стеклотекстолита 40 мм весит 96 кг, а клиент хочет 13 кг. То есть «отпили и отправь». Но, по ее словам, хорошему клиенту компания готова пойти навстречу, тем более что, решаясь идти на тендер, поставщик проясняет все нюансы. «Если потом отказываешься от поставки, сразу же попадаешь в черный список», — предупреждает госпожа Петруша.

Клининговая компания из Кемерово «Примекс-Кузбасс» тоже сталкивается с проблемными клиентами и тоже старается найти подход к каждому заказчику. «Некоторые из них не всегда умеют ставить адекватные задачи. Здесь играет роль человеческий фактор. Например, мы оперативно реагируем на любые резкие изменения погодных условий и уже знаем, когда и сколько нужно предоставлять уборочной техники. Однако некоторые клиенты при первых признаках снегопада могут позвонить и срочно потребовать дополнительные средства для уборки», — рассказывает помощник руководителя Примекс-Кузбасс Марина Губани. Но главная проблема, по ее словам, — это не клиенты, а конкуренты, предоставляющие некачественные услуги. «Сегодня на рынке появилось слишком много небольших компаний, которые не готовы предоставлять заявленное качество. После

них тяжелее договариваться с клиентами», — признается госпожа Губани.

Но несмотря на все сложности, все больше поставщиков из сектора МСБ выходит на рынок электронных торгов и успешно развивает новое направление, иногда для этого серьезно трансформируя бизнес-процессы. Так, компания «Электромаш» занимается поставками уже 15 лет, но только в начале 2016 года организовала собственное производство. «Мы накопили опыт, связи, в том числе с заводами и поставщиками, примерили на себя роль дилеров заводов, а затем открыли собственное производство», — рассказывает Екатерина Петруша. Главные критерии, которые предъявляют заказчики к поставщикам, — это сроки, цена и качество, говорит она, «причем на первом месте стоят, наверное, сроки, потому что всем обычно „надо вчера“, но при этом лучшего качества». Чтобы соответствовать столь жестким условиям, «Электромаш» создает для постоянных клиентов складские запасы. «Мы знаем наших клиентов и знаем, что им нужно», — замечает Екатерина Петруша. Среди клиентов компании — РЖД и Уральгазавод.

Крупные заказчики признают, что малые и средние поставщики более гибкие и клиентоориентированы, чем их более крупные конкуренты, ведь часто для них нет понятия «неурочное время», «обед», «конец рабочего дня».



Несмотря на все сложности, все больше поставщиков из сектора МСБ выходит на рынок электронных торгов

По словам директора по маркетингу станкостроительной компании «Коско» Евгения Ткаченко, для клиентов важна скорость реагирования на их запросы, а любое промедление или любой простой сразу может сказаться на репутации поставщика, ведь, например, от надежной работы «Коско» может зависеть работа огромных, иногда градообразующих предприятий. «Мы должны уметь заранее планировать нашу деятельность и быстро исправлять возможные ошибки. В первую очередь речь идет о командной работе, взаимодействии сервисных и тендерных служб. Если у нашего клиента завтра вдруг появятся новые требования к продукции, которые нами еще не отработаны, мы как можно скорее научимся соответ-

ствовать этим новым требованиям», — подчеркивает госпожа Ткаченко.

«Коско» работает с 2012 года, начала как торговая компания, но, как и «Электромаш», стала производителем. Смена курса позволила освоить рынок, понять запросы покупателей, узнать, какой уровень качества оборудования востребован рынком. «Мы освоили эту азбуку, после чего было организовано производство ленточно-пильных станков», — говорит Евгений Ткаченко. Компания оказалась в тренде импортозамещения и локализации иностранных (итальянских) станков — правда, часть комплектующих «Коско» по-прежнему завозит из Италии, поскольку в России сегодня их невозможно производить в силу технической сложности. В остальном же компания освоила необходимый модельный ряд. «Мы осваиваем серийное производство разной сложности, ведь от разных клиентов мо-

гут поступать совершенно разные запросы. При этом мы как участвуем в тендерных закупочных процедурах, так и практикуем прямые рыночные продажи. Нам пришлось решать управленческие вопросы по оптимизации бизнес-процессов, для того чтобы быстро и правильно реагировать на запросы клиентов и рынка: быстро подготовить правильное коммерческое предложение, предложить именно то оборудование, которое необходимо, адаптировать коммерческие и товарные запросы в зависимости от отраслевой принадлежности клиентов», — поясняет Евгений Ткаченко. По ее словам, сейчас в первую очередь осваиваются и модернизируются предприятия ОПК. Первый станок «Коско» поставила НПП «Салют».

Для того чтобы стать успешным поставщиком крупного бизнеса, необходимо обладать большим опытом работы с клиентами, уметь выявлять важные для них нюансы и учитывать их потребности, уверена госпожа Губани. В этом случае на первое место выходят кадровые ресурсы компании. «Кроме того, необходимо следовать новым тенденциям. В случае с нашей компанией это новые методы работы, новые производственные средства для услуг, новые методики и технические карты, которые разрабатывает наш технологический отдел», — перечисляет она.

Небольшие компании выживают и даже наращивают выручку в сложные времена за счет желания ценить каждый заказ, умения быстро освоить новые технологии и оперативно подстроиться под нужды клиентов.

Алексей Угатов

КОНТЕКСТ СПИСОК ПОКУПОК ДЛЯ ГОСОВ

Сайт zakirki.gov.ru, где размещается информация обо всех закупках государства и госкомпаний, функционирует уже несколько лет. Его появление было первым шагом к тому, чтобы сделать эту сферу прозрачной. Следующий шаг — введение единого каталога закупок товаров. Минэкономики предполагает, что такой инструмент появится в России уже в начале 2017 года как часть Единой информационной системы государственного заказа. Министерство отвечает за формирование и ведение каталога, порядок его ведения и процедуры использования определяет правительство РФ. Когда каталог начнет функционировать, госпредприятиям придется либо закупать только те позиции, которые в нем есть (причем в заданном ценовом диапазоне), либо проходить сложную процедуру добавления новых позиций в общий список (предполагается через ФАС). Это исключит возможность называть обычный болт «крепежным ротационным механизмом» или пачку бумаги

— «средством хранения информации», чтобы знающий аффилированный поставщик выиграл конкурс и получил контракт. Дмитрий Миндич, исполнительный директор проекта «ЭТП в России — кто есть кто» рейтингового агентства РАЕХ («Эксперт РА»), объясняет: «Для повышения эффективности и прозрачности регулируемых государством закупок создание единого номенклатурного каталога крайне важно. Сейчас никто, кроме самого заказчика, не располагает достоверной информацией о реальных ценах за единицу товара, работ, услуг, закупок государственным и муниципальными заказчиками, а также госкомпаниями. Без такого каталога невозможно ни полноценно планировать закупки, ни автоматизировать их, ни формировать аналитическую отчетность. Кроме того, эта система необходима для того, чтобы начальные максимальные цены контрактов соотносились с реальными ценовыми предложениями на рынке. Таким образом, создание работающего

справочника будет иметь заметный антикоррупционный эффект». Сейчас Минэкономики работает над документом, в котором будут описаны временные правила формирования и ведения каталога на основе уже имеющегося у московской администрации опыта. Также планируется привлечь экспертов ВШЭ для разработки шаблонов федерального каталога. Предполагается, что включение информации о товарах будет платным для поставщиков. Создавать каталог с нуля неэффективно. По разным оценкам, составление списка в 100–200 тыс. позиций обойдется государству в несколько десятков, а кто-то считает, что и сотен миллионов рублей. Такая работа займет не один год. Скорее всего, за основу будет взят какой-то из существующих каталогов. Но главный вопрос, который остается: кто же займется реализацией проекта? Это могут быть внешний подрядчик, коалиция компаний с опытом создания таких каталогов или государственная организация.

Тендерные различия



— закупки —

При этом доля конкурентных закупок, участником которых были только субъекты малого и среднего предпринимательства, составила 39,6%, говорится в годовом отчете компании. В свою очередь на машиностроительном предприятии «Росатома» «ОКБМ Африкантов» сообщили о закупках 2015 года на 10,6 млрд руб., из которых на Приволжский федеральный округ пришлось более четверти процедур. При этом аукционы на сумму свыше 6,6 млрд руб. были конкурентными и допускали расширение возможностей участия в них.

Другая монополия — РЖД также активно взаимодействует с МСБ в вопросах закупок. Как рассказал «Ъ» начальник Горьковской железной дороги (ГЖД) Анатолий Лесун, с начала года объем закупок РЖД у малого и среднего бизнеса превысил 71 млрд руб., а доля таких договоров с ГЖД приблизилась к 70%.

Аукционы с участием некрупных предпринимателей активно проводят муниципальные «Теплоэнерго» и Нижегородский водоканал. Так, за три квартала 2016 года доля закупок «Теплоэнерго» у субъектов МСБ составила 43,4%, или 967,6 млн руб., а в тендерах Нижегородского водоканала на малые предприятия пришлось 47,7% торгов общей стоимостью 851,2 млн руб.

Единовременные закупки

Между тем надзорные органы говорят о сложностях, с которыми малый и средний бизнес постоянно сталкивается в процессе участия в торгах. Как отмечает руководитель нижегородского управления Федеральной антимонопольной службы Михаил Теодорович, наибольшее число жалоб в УФАС поступает именно на закупки крупных предприятий и государственных тендеры. «Это основная составляющая потока недовольства. Претензии самые разные: в основном они касаются тендерной документации, описания товара. Заявители указывают на то, что фактически конкурсная документация профилируется под конкретных поставщиков, происходит искусственное сужение круга участников. Это делается разными способами, но сводится к одному: заказчики стараются купить товар у каких-то определенных поставщиков», — рассказывает господин Теодорович. По его словам, основной причиной противоречий между заказчиками и участниками торгов является несовершенство системы государственных закупок, когда до 40% аукционов, по статистике жалоб, выигрывают единственные поставщики. «На словах заказчики согласны с нами, но система

в целом работает так, как она работает. На наш взгляд, нужны глубинные системные решения, которые бы разрешили эту коллизию», — считает Михаил Теодорович.

Уполномоченный по правам предпринимателей в Нижегородской области Павел Солодкий, в свою очередь, отмечает, что нижегородские предприниматели по большей части участвуют в тендерах в регионе. Господин Солодкий напоминает, что государство в качестве заказчика представляется бизнесу надежным партнером и стимулирует активность участия в тендерах. Но анализируя поступающие жалобы, бизнес-омбудсмен говорит о нередких случаях сговора заказчика и исполнителя. «Предпринимателей также смущает большое количество электронных площадок для проведения торгов. Бизнесу сложно найти информацию об объемах и сроках закупок государством товаров, работ и услуг для своевременно принимаемых решений», — подчеркнул Павел Солодкий.

Другим препятствием уполномоченный видит затратность процедуры подготовки документов на участие в торгах и необоснованное завышение заказчиком требований к поставляемым товарам и условиям аукциона. «Излишняя регламентация процедур приводит к ошибкам и, как следствие, недопуску предпринимателей к торгам. Мы наблюдаем высокий процент несоответствия торгов и, соответственно, закупку у единственного поставщика. После двух-трех отклонений от участия компании, как правило, прекращают подавать заявки на закупки», — сказал Павел Солодкий.

Еще одной проблемой являются несоответствия товара, поставленного по итогам конкурса, требованиям заказчика. Над решением этого вопроса работают Торгово-промышленная палата Нижегородской области совместно с министерством экономики и конкурентной политики региона. По статистике ТПП, уже в первые месяцы контрольных проверок выявлено около 50% случаев. «На мой взгляд, бизнесу важны меры по ограничению сроков оплаты по контрактам, а также оптимизация обеспечительных мер для участников торгов», — добавил нижегородский бизнес-омбудсмен.

Роман Рыскаль

Как проверить контрагента

Риск оказаться у разбитого корыта по вине недобросовестности делового партнера сегодня актуален как никогда. Причем на стадии до заключения выгодной сделки все может идти как по маслу, а потом — раз, и оказывается, что под видом благонадежного предприятия скрывалась, скажем, фирма-однодневка.

С точки зрения профильного отечественного законодательства, в прокуратуре добросовестности делового партнера, на первый взгляд, вроде бы нет особой необходимости. Если угораздило связаться с мошенниками, то тут уж ничего не попишешь. Тем не менее, когда приходит пора налоговых проверок и среди деловых партнеров выявляются компании с признаками однодневок, наступает время серьезных проблем. Как минимум, предпринимателю приходится доказывать, что он проявил должную осмотрительность и на самом деле не является злостным уклонистом от уплаты налогов.

Возникает закономерный вопрос: как обезопасить себя от подобных сюрпризов? Конечно же, нужно проверить деловую репутацию своего потенциального контрагента. С одной стороны, не лишним будет навести справки посредством «сарафанного радио». Однако полагаться только на мнение, пусть даже очень сведущих и опыт-

ных людей, все же не стоит. Мало ли что там «одна бабка сказала»? С другой стороны, можно пойти на просторы интернета и «прошарить» все доступные тематические ресурсы. Но время зачастую бесценно, и, если делать все вручную, можно упустить выгодную сделку. Есть третий, более надежный и быстрый вариант — воспользоваться аналитической системой проверки контрагента, благо сегодня на рынке есть, из чего выбирать. Например, Seldon.Basis — поисковая аналитическая система, которая содержит актуальные, регулярно обновляемые сведения о 20 миллионах российских компаний и предпринимателей, что позволяет пользователю по одному клику найти всю необходимую информацию о своем контрагенте. SB самостоятельно анализирует данные и экономит время проверки — одним словом, все под рукой. Для большей наглядности и удобства сведения о каждом деловом партнере размещаются в единой кар-

точке. Для определения индекса благонадежности того или иного предприятия в системе используется примерно 25 ключевых показателей финансовой, экономической и правовой деятельности компании. Более высокий рейтинг означает меньшую вероятность того, что компания является однодневкой или была создана для реализации финансовых махинаций. «Дерево связей», в свою очередь, позволяет пользователю отслеживать аффилированность различных компаний и предпринимателей.

В любом случае, при выборе способа проверки потенциального или уже существующего контрагента не следует забывать про осмотрительность, которая зачастую является основой безопасности и стабильности бизнеса.

«Для того, чтобы проверить вашего партнера, на сайте basis.myseldon.com в поле «промо-код» введите KOMMERSANT12 и получите три дня полного доступа».

SELDON
07.08.13

Промо-код: **KOMMERSANT12**

3 дня полного доступа
к basis.myseldon.com

00.00.57.10

малый и средний бизнес

Наличные сейфы

Дорогостоящие кредиты и падение доходов населения заставляют компании искать новые решения, позволяющие сократить издержки и оптимизировать рабочие процессы. Одним из эффективных антикризисных инструментов для бизнеса, работающего с наличностью, стала электронная инкассация.

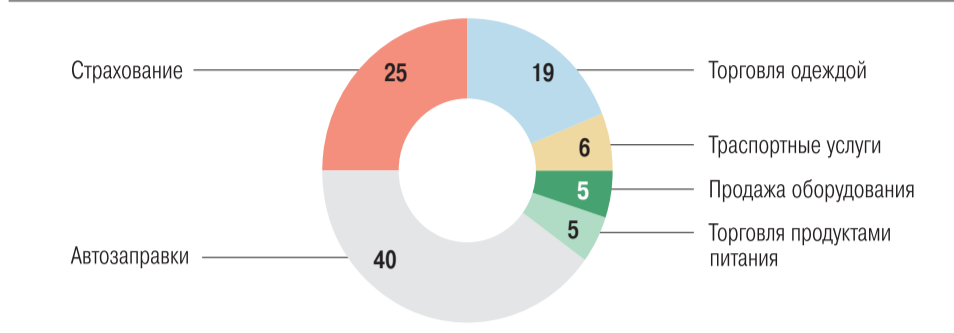
ИННОВАЦИИ

Электронная инкассация, или самоинкассация, позволяющая бизнесменам 24 часа в сутки вносить наличные на свой счет через банкоматы, появилась в России десять лет назад. Первопроходцами в этой области стали Бинбанк, Мастер-банк, МКБ, Сбербанк, СДМ-банк и СБ-банк. Позднее к ним присоединились Абсолют-банк, «Авангард», ВТБ, Газпромбанк. К моменту освоения новой ниши у большинства игроков уже были прочные позиции на классическом низкодоходном рынке инкассации, развитые сети платежных терминалов, а также лизинговые и страховые «дочки», помогающие снизить финансовую нагрузку и риски как для банков, так и для их клиентов.

«Входной билет» на российский рынок самоинкассации, на котором сейчас активно полтора десятка банков, стоит недешево, и потому предложить этот инновационный сервис могут немногие.

Интерес к услуге со стороны бизнеса подстегнул Банк России, который разрешил компаниям зачислять выручку на счет без участия инкассаторов и кассиров банков через автоматические сейфы, депозитарные машины, информационно-платежные терминалы, а также банкоматы, применявшиеся только для обслуживания граждан. В последнее вре-

КЛИЕНТЫ УСЛУГИ «ЭЛЕКТРОННАЯ ИНКАССАЦИЯ» (%) ИСТОЧНИК: АБСОЛЮТ-БАНК.



мя крупные банки обратили внимание на самоинкассацию. Они поняли, что в этой нише еще много свободного места. В результате услуги за обслуживание терминалов подешевели. Если пять лет назад комиссия обычно составляла 0,5% от суммы, то сейчас можно найти тариф до 0,15%, говорят эксперты.

Большинство игроков предложили юридическим лицам простое и недорогое решение: перенастроили софт банкоматов Cash-in, обслуживающих граждан, добавив в них опцию «Самоинкассация». Так, например, поступили Сбербанк и группа ВТБ. И лишь несколько игроков, которых можно пересчитать на пальцах одной руки, предложили новинку — электронную инкассацию. Ее глав-

ные достоинства — мгновенное зачисление денег на счет, высокая скорость приема купюр, повышенная безопасность, онлайн-контроль за наполнением хранилища денег — обеспечивают автоматические сейфы повышенной вместимости, установленные на территории клиента.

«Электронную инкассацию стоит рассматривать как отличный антикризисный инструмент для всех отраслей бизнеса, работающих с наличностью», — уверена начальник управления развития транзакционного бизнеса МКБ Марина Арищенко. По ее словам, в текущем году заметно вырос интерес крупных российских и международных ритейлеров к данному продукту. «Спрос подталкивает



банки к повышению качества услуги и к возможности предлагать индивидуальные доработки в соответствии с запросом ритейлера, а вендоров — к повышению качества обслуживания», — отметила госпожа Арищенко.

Как пояснил начальник управления методологии продаж корпоративных продуктов Абсолют-банка Шухрат Хайтматов, в условиях кризиса электронная инкассация также помогает оптимизировать издержки: «Например, раньше в компании пересчетом наличности занимались четыре кассира, а после того как у них появился терминал, требуется всего два. Еще одно преимущество — экономия времени сотрудников. Никакой сопроводительной документации, покупной раскладки, упаковки в инкассаторские сумки и ожидания инкассаторов».

Оригинальное самописное программное обеспечение и качественные итальянские сейфы банка позволяют клиентам распоряжаться средствами уже в течение одной минуты после внесения денег на счет. «В результате клиенты могут забыть о кассовом разрыве. Еще один важный показатель — скорость пересчета купюр. Обычный банкомат ограничен в приеме: не более 40 купюр. Наш купюроприемник принимает 8 банкнот в секунду, в него можно сразу положить 100 купюр. Уровень защиты от приема фальшивых купюр превышает требования ЦБ. Кроме того, персональный ключ позволяет определить лицо, которое вносит деньги», — рассказывает эксперт.

В любом сервисе есть свои минусы. В том числе у электронной инкассации. Самый главный: она интересна только компаниям, работающим в белую, причем с большим оборотом наличных. Есть лимит на оборот. То есть комиссия платится банку в любом случае, даже если компания не смогла собрать установленную норму выручки.

Электронная инкассация эффективна в любом сегменте ритейла, включая fashion, HoReCa, страховые компании, АЗС и даже онлайн-продажи, полагают эксперты. «Интерес к самоинкассации проявляют компании малого и среднего бизнеса, занимающиеся торговлей и предоставлением услуг», — сообщил директор департамента продуктов и управления портфелем Бинбанка Павел Кравченко. По его мнению, появление на рынке электронной инкассации значительно облегчило жизнь компаниям. Во-первых, она существенно экономит время, а во-вторых, она дешевле классической инкассации.

Самоинкассация имеет отличный потенциал развития. В странах Западной Европы и Америке набирает популярность услуга «электронный кассир» — устройство, которое полностью заменяет кассу и позволяет клиентам самостоятельно оплачивать покупки или услуги в точке продаж и в принципе исключает затраты на инкассацию. В России электронная инкассация и «электронный кассир» появились недавно, однако не уступают западным в качестве услуг.

По мнению директора департамента развития сети ТСО СДМ-банка Виталия Самарова, оборот наличных платежей в России будет значительным по крайней мере еще десять лет. А значит, спрос на электронную инкассацию будет высоким. Кроме того, следует ожидать ужесточения контроля над инкассаторами со стороны ЦБ и других регуляторов. «В 2017 году усилия основных игроков будут сфокусированы на двух приоритетах: сервис станет еще удобнее, и клиентам предложат дополнительную информацию. Например, в разы вырастет использование SMS-информирования юридических лиц после пополнения счета», — заключил эксперт.

Сергей Артемов

КОНТЕКСТ ПРАВО ДАЮЩЕГО

В 2016 году высокорисковые операции на рынке лизинга оказались вне законодательного поля. Еще в начале года перед заключением договора Центробанк обязал компании проводить оценку финансового положения своих клиентов, а с 1 октября лизингодатели должны предоставлять информацию о заключенных договорах в Единый федеральный реестр сведений о фактах деятельности юридических лиц. Тем не менее объем нового бизнеса продолжал расти, а лизинговые продукты пользуются повышенным спросом, особенно в регионах.

Год, по данным большинства банков, выдался продуктивным и был отмечен увеличением спроса на лизинговые продукты. «Стабилизация в экономике, повышение доступности фондирования, реализация отложенного спроса и поддержка лизинговых программ со стороны государства, например в сфере автотранспорта, способствовали заметному оживлению спроса на такие продукты со стороны компаний. Свою роль сыграло также понижение ставок по продуктам, которое стало следствием снижения ключевой ставки в 2015–2016 годах. При этом наиболее активно в текущем году лизинговые сделки заключались в регионах, что связано с разморозкой розничного направления после прохождения острой фазы кризиса», — отмечает младший директор агентства РАЕХ («Эксперт РА») Руслан Коршунов. В результате, согласно данным агентства, за девять месяцев 2016 года объем нового бизнеса увеличился на 17% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 450 млрд руб.

Одним из продуктов, получивших широкую популярность в 2016 году, стал возвратный лизинг. Его суть заключается в учете активов, которые находятся в долгосрочной финансовой аренде, на балансе арендатора. «Изменение мак-

роэкономической ситуации повлияло на баланс спроса со стороны клиентов. В 2016 году рынки стали более открытыми, а кредитное финансирование — доступным, поэтому компании, которые в 2015 году покупали оборудование за счет собственных средств, обратили внимание на возвратный лизинг», — объясняет генеральный директор компании «Абсолют Лизинг» Антон Смирнов. В результате у клиентов появилась возможность направить высвободившиеся средства на пополнение оборотного капитала.

Банки, в свою очередь, часто рассматривали лизинг в 2016 году как способ реструктуризации кредита. Это связано с трендом на защиту своих рисков и желанием обезопасить себя от притязаний сторонних кредиторов в случае возникновения проблем у компании-клиента. В этом случае лизинговая компания выкупает у предприятия-кредитора долги предприятия и одновременно приобретает у должника имущество, передавая его в лизинг ему же. Кредитор, таким образом, может избавиться от дебиторской задолженности, должник получает четкий график погашения лизинговых платежей. При этом вложения лизинговой компании защищены правом собственности на имущество предприятия-должника.

За последние несколько месяцев рынок лизинга по факту стал более прозрачным и по стандартам приблизился к банковской сфере. Сейчас, согласно экспертным оценкам, на рынке работает около 250 публичных компаний. При этом в 2016 году не произошло заметного снижения количества игроков, как это было в 2014–2015 годах, когда рынки были заморожены, а фондирование — труднодоступным. **Алина Протасова**

Гарантированные перспективы

ИНСТРУМЕНТЫ

Что касается стоимости гарантии, то в большинстве банков России вознаграждение за выдачу вносится сразу и составляет 2–4% от суммы гарантии. Правда, для крупнейших клиентов банки могут сделать исключения, например разрешить крупным клиентам оплатить предоставление банковской гарантии частями, в течение срока действия выданной гарантии, рассказывает господин Шулин из НБД-Банка. Сроки могут достигать пяти лет, отмечает Ирина Алужкина. В частности, по ее словам, за последние несколько лет выросло число банковских гарантий, обеспечивающих исполнение гарантийных обязательств клиента, например, по поставленному оборудованию, качеству произведенных строительных или ремонтных работ. Соответственно, сроки у таких гарантий могут быть больше стандартных.

Технологическое обеспечение

Банкиры ожидают, что востребованность гарантий продолжит расти независимо от экономической ситуации. «Вступившие в силу в июне 2015 года изменения в шестом параграфе 23-й главы Гражданского кодекса РФ усилили независимый характер банковской гарантии. Поэтому этот инструмент на сегодня является одним из наиболее интересных, с точки зрения кредитора, способов обеспечения обязательств. В этом смысле можно ожидать, что гарантии по-прежнему будут востребованы как при заключении государственных контрактов, так и для обеспечения обязательств по коммерческим контрактам», — полагает управляющий нижегородским филиалом банка ВТБ Игорь Рожковский. Кроме того, в условиях стимулирования роста экономики правительство будет наращивать долю государственных расходов, также на 2017 год придется пик выполнения гособоронзаказа, напоминает Иван Саморуков из Альфа-банка. По его мнению, это будет способствовать спросу и, как следствие, развитию этого сегмента в банковской сфере. Фактором, в определенной степени сдерживающим развитие банковских гарантий, является баланс рисков, который вынуждены соблюдать кредитные организации в условиях экономической нестабильности, отмечает господин Саморуков. Но с точки зрения спроса в условиях финансовых трудностей и снижения платежной дисциплины популярность банковских гарантий будет только возрастать, уверена Ирина Алужкина. «Думаю, что большой потенциал развития этого вида банковских услуг имеется в частном бизнесе. Пока малый и средний бизнес использует банковские га-

рантии в основном только в рамках проводимых конкурсов и аукционов», — полагает госпожа Алужкина.

Чтобы увеличить проникновение продукта, банки пытаются облегчить бизнесу условия для получения гарантий. Одним из главных трендов является развитие сервисов дистанционного банковского обслуживания и онлайн-технологий, которое позволяет компаниям удаленно, не посещая банк, направить заявку на получение гарантии. Также кредитные учреждения за счет развития электронного документооборота, совершенствования системы оценки рисков и применения экспресс-анализа пытаются сократить сроки оформления гарантийных сделок. Этими инструментами пользуются прежде всего крупнейшие федеральные банки с государственным участием: Сбербанк и ВТБ. Кроме того, хороший эффект может дать комплексный подход к обслуживанию клиентов, полагают банкиры. «Сегодня банки стремятся предложить клиенту не конкретную услугу, а комплексное обслуживание. Эта тенденция не обошла стороной и документарный бизнес. Например, на этапе участия в конкурсе клиенту требуется тендерная гарантия. В случае победы потребуются гарантия исполнения контракта, гарантия возврата аванса, гарантия исполнения обязательств в гарантийный период. Также клиенту может быть открыта документарная линия с подписанием рамочного соглашения. В результате клиент заранее получит необходимые консультации и уверенность в том, что после победы в конкурсе в кратчайшие сроки ему будут оформлены необходимые гарантии и аккредитивы», — рассказывает Александр Грицай.

Интерес банков к гарантийным продуктам эксперты объясняют тем, что выдача гарантий, в отличие от кредитования, не требует фондирования, так как средства пользователю не выдаются. Соответственно, эта операция не сказывается так сильно на достаточности капитала. «Во многих банках мы наблюдаем хорошее качество кредитных портфелей и, соответственно, низкое значение достаточности капитала. При этом темп роста розничной банковской системы практически равен нулю. Соответственно, из-за низкой достаточности капитала и сокращения ресурсной базы зарабатывать и наращивать процентный доход за счет выдачи кредитов банкам становится сложно. А гарантия является тем инструментом, который позволяет наращивать прибыль, обходя естественные ограничения, которые сейчас есть на рынке для многих региональных банков», — поясняет заместитель гендиректора «Интерфакс-ЦЭА» Алексей Буздалин.



Банкиры охотнее идут на выдачу гарантий, так как они не требуют фондирования

Перспективы роста сегмента банкиры напрямую связывают с темпами роста экономики региона, деловой активности и реализации местных бюджетных программ. Также существенное влияние на рынок банковских гарантий оказывает и кредитное качество принципалов, которому банки уделяют большое внимание. Еще один принципиальный момент — поправки к действующему законодательству, которые сейчас рассматриваются Госдумой и, в частности, предусматривают с 2019 года замену гарантийного депозита участником тендеров на банковскую гарантию. Если этот механизм будет принят, то он увеличит объем рынка банковских гарантий, полагают эксперты: гарантии, как и гарантийный депозит, позволяют закрывать кредитные риски госзаказчика в рамках тендера, но дешевле для участника тендера, чем кредиты, и поэтому более удобные. «Таким образом, с одной стороны, использование гарантий решает все проблемы, связанные с кредитными рисками, а с другой стороны, обеспечивает большее количество участ-

ников тендера. Соответственно, в теории это должно сделать проведение тендеров более эффективным», — полагает господин Буздалин. Однако применение этого механизма увеличит риски государства, предупреждают эксперты: если вместо гарантийного депозита используется банковская гарантия, то у государства при проведении тендера возникает риск, связанный с банком, который предоставил эту гарантию. «Мы видим частоту отзыва лицензий у финансовых учреждений», — полагает господин Буздалин. В данном случае при составлении тендерной документации заказчику придется ориентироваться на объемные показатели деятельности банка-гаранта, величину его активов и достаточность капитала, а также на его кредитный рейтинг.

Кроме того, по мнению аналитиков, спрос на гарантии будет расти в рамках общемировой тенденции развития в банках прежде всего консалтинговых услуг. «Все чаще их клиенты предпочитают взаимодействовать друг с другом, избегая финансового посредника в лице банков, этому во многом способствует

развитие соответствующих финансовых технологий. С другой стороны, мы наблюдаем мировой тренд на ужесточение банковского регулирования, что стало явно прослеживаться с кризисного 2008 года. Все это приводит к мысли, что через некоторое время банковский бизнес поменяет функционал», — рассуждает Алексей Буздалин, отмечая, что для прямого взаимодействия между компаниями требуются профессионалы, умеющие управлять и контролировать кредитные риски, такие профессионалы как раз работают в банках. Поэтому банковские гарантии выйдут на первый план, прогнозирует эксперт. «Этот продукт, с одной стороны, свойствен банкам, потому что необходимо контролировать кредитные риски и в банках есть специалисты, которые могут этим заниматься, а с другой стороны, не предполагая перемены финансовых средств от банков к клиентам, потому что средства перемещаются от одного контрагента на рынке к другому напрямую. В этом смысле банковские гарантии органично согласуются с общемировой тенденцией по трансформации банковского бизнеса и будут приобретать все большую популярность», — заключает Алексей Буздалин.

Анна Павлова

малый и средний бизнес

Сюрпризы от франшизы

— тренд —

с13 Нина Семина из компании «Франкон» считает, что «нельзя выбирать франшизу полагаясь только на рейтинги». По ее мнению, в любом случае, нужно как следует подстраховаться: не покупать франшизу на эмоциональном уровне, провести собственное «расследование», пообщавшись сразу с несколькими франчайзерами в выбранном сегменте, связаться с действующими франчайзи.

«С осторожностью нужно относиться к компаниям, которые продают сразу несколько франшиз в различных сферах бизнеса. Всегда возникает вопрос: а смогут ли они обеспечить своим франчайзи профессиональную поддержку и развитие и не состоит ли их бизнес только в массовой продаже франшиз. Также нужно обращать внимание на условия договора, прописанные (а не декларированные) обязательства франчайзера, условия выхода из договора и передачу товарного знака», — советует Нина Семина.

Эксперты советуют насторожиться, если владелец франшизы предлагает слишком «сладкие» условия покупки франшизы. В начале этого года, когда спрос на франшизы упал примерно на 15–20%, франчайзеры предлагали льготные условия вхождения в сеть: отменяли паушальные взносы либо снижали роялти, минимизировали инвестиции и предлагали новые форматы для небольших городов. Однако оказалось, что это был отложенный спрос, то есть инвесторы дольше, тщательнее выбирали франшизы. Сегодня ситуация более стабильна, период избытка скидок по франшизам закончился, говорят эксперты.

«Сейчас подобное поведение владельца франшизы должно настораживать, так как компания, крепко стоящая на ногах и верящая в свою модель бизнеса, никогда не будет формировать подобные уступки. Ведь роялти и паушальный взнос — это не просто чистая прибыль, это инвестиции в материнскую компанию, чтобы весь бренд рос и развивался. Постоянно меняющиеся условия на покупку франшизы свидетельствуют о том, что у компании франчайзера не все гладко», — говорит Антон Красулин.

«Гуляют на свои»

Поведение покупателей франшиз постепенно меняется в лучшую сторону. В течение трех лет специалисты портала franshiza.ru проводили исследование профиля ожиданий и предпочтений потенциальных франчайзи. Результаты показали, что инвесторы стали больше внимания обращать на продолжительность пребывания на рынке сети, в которой хотят приобрести франшизу, и на ее опыт работы, меньше — на саму идею бизнеса.

Изменился и портрет инвестора. Если раньше бизнес по франшизе покупали в основном мужчины, то сейчас количество женщин и мужчин среди франчайзи одинаково. Средний возраст инвестора — 30–39 лет.

«В последний год, правда, сократился сегмент молодых предпринимателей, которые рассматривают покупку франшизы. Еще что примечательно: российский потенциальный франчайзи довольно образован — 96% желающих купить франшизу имеют высшее образование», — говорит Нина Семина.

Еще одна особенность современных франчайзи — они покупают готовый бизнес в основном на собственные накопления, не прибегая к помощи банков. «Кредит на приобретение франшизы берут немногие — банки предлагают невыгодные условия. В основном, как говорится, „гуляют на свои“ или на средства, собранные с друзей и родственников», — говорит Юрий Михайличенко.

Екатерина Соляк считает, что отечественные банки осознанно не хотят работать с франшизами, так как прибыль от этого сегмента мала, а рисков много: «Но даже если вдруг получится взять кредит, бизнес на неделю не развить — нужно будет платить роялти, паушальный взнос, зарплату сотрудникам и еще кредитные выплаты по ставке 25% годовых».

Многое, конечно, зависит от уровня первоначальных инвестиций, ожидаемой доходности и региона открытия франшизы. «Как правило, дорогие франшизы покупают на собственные сбережения. Недорогие, с быстрой окупаемостью, но с низкой доходностью можно приобрести и на кредитные средства», — говорит управляющий директор

компании «Aldo Corrolla Россия» Наталья Семушкина.

Впрочем, в 2016 году в условиях нестабильной экономической ситуации некоторые владельцы франшиз попросту отказываются сотрудничать с закредитованными предпринимателями. «Многие экономические модели франчайзингового бизнеса просто не выдерживали нагрузки выплат кредитным учреждениям в условиях спада спроса и вынуждены были закрываться. Эта ситуация не выгодна ни франчайзи, ни франчайзеру», — резюмирует Нина Семина.

Российская ассоциация франчайзинга отмечает и другие интересные явления на рынке франшиз, появившиеся в 2016 году. Во-первых, круг активных покупателей готового бизнеса расширился за счет ранее, ранее живших за счет сдачи в аренду недвижимости или размещения средств в ценных бумагах. «Кроме того, франшиза стала формой сбережения семейного капитала, частично заменив средства роскоши, вклады в банках и инвестирование в недвижимость», — говорит Юрий Михайличенко.

Хлеба и зрелищ

По прогнозам экспертов, рост франчайзингового рынка в России будет продолжаться. По словам Нины Семиной, к 2017-му количество франшиз в стране увеличится еще на 10–17%. «Мы повторяем почти в деталях путь других стран, начавших развивать франчайзинг немного раньше (Бразилии, Китая, Мексики, Японии, Индии). Если ориентироваться на показатели, достигнутые этими странами, то в России должно в скором времени быть не менее 2500 настоящих франшиз, 400 тыс. объектов, работающих по франчайзингу. Мы быстро движемся к этим показателям». Самый быстрый рост по его словам наблюдается сегодня в секторе связи, где активно работают компании «Теле2» и «Билайн».

Высокий спрос появился на франшизы и в области производства и строительства. «Эти сегменты у нас долгие годы не развивались, и именно в кризис и период санкций появились интересные предложения, которых давно ждали потенциальные франчайзи», — говорит Нина Семина.

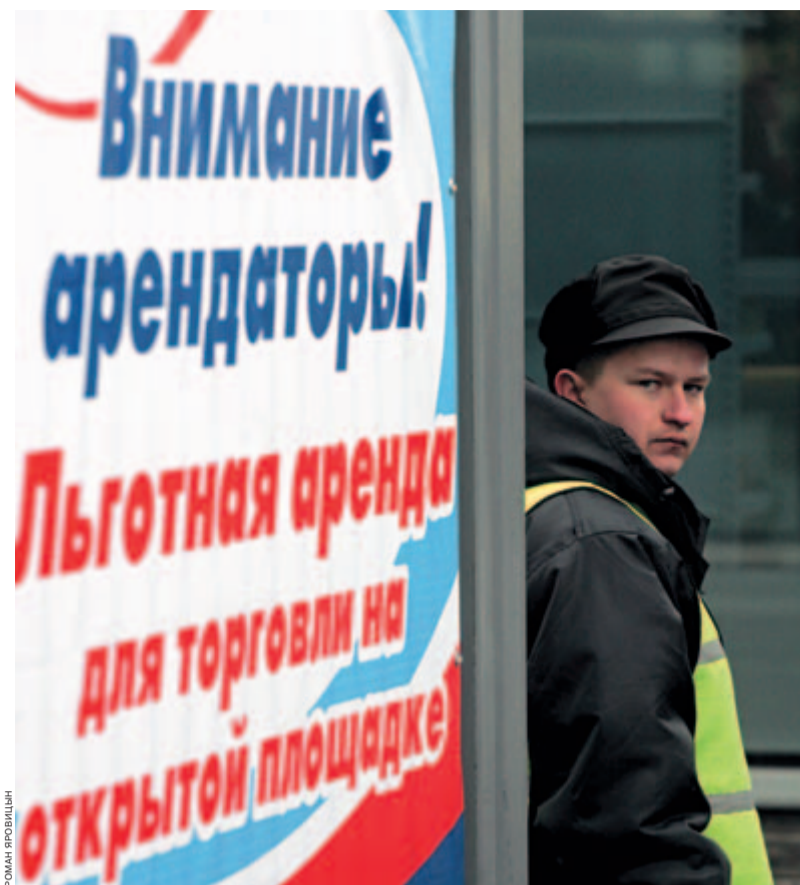
Стабильно растет число франшиз и в сфере общественного питания. Особенно хорошо себя чувствуют компании, которые специализируются на продаже фастфуда и недорогой еды. «Франшизы в этой отрасли хорошо продаются. Думаю, в ближайшее время каких-то серьезных изменений в сегменте российского общепита не предвидится. Все плохое там произошло: запретили курить, ввели продуктовые санкции — предприниматели к этому адаптировались, нашли местных поставщиков и продолжают активно работать», — отмечает Екатерина Соляк.

С ней согласен Антон Красулин: «Данное направление является самым перспективным среди всех форматов франшиз. Рынок быстрого питания набирает обороты, потому что в любой экономической ситуации люди всегда будут есть».

Другое активно растущее направление франчайзинга — сфера услуг. Стабильным спросом пользуются франшизы, связанные с обучением, организацией досуга, активного отдыха и детских развлечений. «Востребованность этих франшиз обусловлена стабильностью развития таких сфер бизнеса, которые не зависят от кризиса. Спорт, образование, здоровье, дети — это то, на чем не экономят. Кроме того, франшизы в сфере услуг, как правило, недороги и не привязаны к курсу валют», — поясняет Нина Семина.

Перспективен и медицинский сектор, который сегодня во франчайзинге представлен в основном лабораторно — диагностическими центрами. Екатерина Соляк вспоминает, что до кризиса это был очень прибыльный, быстрорастущий сегмент, куда пришло множество игроков: «Сейчас эта ниша оказалась переполненной. Кроме того, в сектор платных медицинских услуг пришло государство, и частным лабораториям приходится конкурировать и между собой, и с госклиниками, что очень тяжело. Поэтому в данном секторе, я считаю, началась борьба за выживание».

Впрочем, сами участники рынка утверждают, что возможности бизнеса далеко не исчерпаны. По словам Дарьи Пикалюк, генерально-директора компании ООО «Медбизнесконсалтинг» — официального дистрибутора бренда CMD, ры-



По словам экспертов, не всем заманчивым предложениям о продаже франшиз стоит доверять

нок лабораторной диагностики вырос за последние три года в среднем на 20–45%. «Думаю, в ближайшие три-пять лет он продолжит расти, так как спрос на медицинские услуги не снижается. К тому же у частных компаний появилась возможность участвовать в ОМС. Повышается культура диагностики среди населения. Согласно опросам, пациенты сейчас значительно чаще готовы платить за качественную лабораторную диагностику, чем раньше».

С ней соглашается основатель сети и генеральный директор ООО «Лаборатория Гемотест» Рудем Газиев: «Рынок будет расти и в ближайшую пятилетку как раз за счет развития франчайзинговых проектов. Лабораторная сеть „Гемотест“ в 2015 году прироста на 15%, в 2016-м прогнозируемый прирост сети составит 45%. Такие тенденции показывают, что инвестиционные вложения в собственный бизнес по открытию лабораторных отделений в ближайшей перспективе обратятся в достойную прибыль».

Положительные прогнозы эксперты дают и относительно рынка франчайзинга в сфере красоты. Управляющий директор компании «Aldo Corrolla Россия» Наталья

Семушкина считает, что насыщенность рынка салонов красоты в России сейчас далека от 100%, а ежегодный прирост рынка beauty-услуг составляет не более 5%: «Этого достаточно, чтобы считать индустрию красоты привлекательной для инвестирования, а открытие франчайзингового центра красоты — источником стабильного бизнеса при небольших сроках окупаемости».

«В текущем году наша компания запустила франчайзинговый бренд — клинику лазерной эпиляции и косметологии „Эпилайк“, — говорит Нина Вихриева, генеральный директор ООО „Премиум Эстетикс“. В сфере эстетической медицины серьезные игроки на российском рынке пока вообще нет — мы одни из первых. Нашу модель мы разрабатывали два года. На данный момент мы уже понимаем, что в течение года-двух наш бренд будет моделью хорошо организованной услуги с точки зрения соотношения высокого качества и адекватной цены».

А вот в сфере розничной торговли дела не так хороши — страдают продавцы одежды, товаров для дома и т. д. Прошлый год был для них очень тяжелым: сильно упала выручка, серьезный удар нанес валютный скачок. И в этих сегментах, естественно, франчайзинг затормозился.

Кира Васильева

Крупный банк
для крупного
и малого
бизнеса

www.vtb.ru
www.bm.ru

8 800 200 23 26



ВТБ Банк Москвы