ценовые характеристики кредитных продуктов для предприятий малого бизнеса

Аннотация

В статье рассмотрены понятия «цены» и «стоимости» кредитных ресурсов в сфере кредитования субъектов малого предпринимательства, проведен их анализ. Описаны ключевые параметры кредитных продуктов, оказывающие влияние на итоговую стоимость кредитов для потребителя. На основе проведенного анализа сделаны базовые выводы о степени влияния изученных параметров на поведение потребителя.

Ключевые слова: банк, кредит, малое предпринимательство, цена, стоимость, залоговое имущество

Неклюдов Валерий Константинович
аспирант кафедры финансов и бухгалтерского учета, Санкт-Петербургский университет управления и экономики
nv-13@mail.ru

Развитие банковского кредитования дало отечественным предпринимателям широкий выбор инструментов заимствования денежных средств. Стабильный рост числа кредитных организаций в совокупности с обилием предлагаемых кредитных программ позволяет на сегодня удовлетворить потребности самых требовательных клиентов.

Предложения банков, несмотря на схожесть общих продуктовых концепций, имеют большое количество отличительных деталей, требуя от клиентов углубленных знаний данной сферы услуг. При этом одним из наиболее значимых для клиентов параметром заемных средств как продукта является их стоимость. Именно реальная стоимость кредитных ресурсов постоянно является предметом различного рода маркетинговых манипуляций, проводимых банками. В такой ситуации необходимо максимально комплексно подходить к выделению реальной стоимости кредитных продуктов. Зачастую ключевым параметром при определении стоимости кредитных ресурсов является процентная ставка, которая в свою очередь, в зависимости

от вида графика погашения задолженности, определяет итоговую сумму уплачиваемых процентов, или другими словами, переплату по кредиту.
Однако, как показывает практика, это далеко не единственный критерий, на который заемщику стоит обращать внимание.
В этой работе мы постараемся рассмотреть именно те характеристики кредитных продуктов, которые напрямую не связаны с декларируемыми банками процентными ставками, но могут и должны быть отнесены к расходам, связанным с получением, сопровождением и возвратом кредитных ресурсов.

Прямые и косвенные характеристики кредитных продуктов

Условно все эти характеристики могут быть разделены на две большие группы:
1) прямые, т.е. те, без которых тот или иной вид кредитования (продукт того или иного кредитора) не реализуется на практике;
2) косвенные, зачастую являющиеся другими услугами, т.е. они могут существовать самостоятельно, ими можно пользоваться и без кредитования.
Деление на данные группы достаточно условно и необходимо лишь для понимания природы происхождения и сущности для клиента каждой характеристики, многие из которых в различных практических примерах могут быть причислены к любой из групп, а, возможно, и сразу к обеим.
Сначала более подробно остановимся на первой группе, на так называемых прямых затратах. К ним чаще всего относятся:
– вид графика погашения кредита, способ уплаты процентов;
– дополнительные комиссии за открытие кредитного лимита, за выдачу кредита, за ведение ссудного счета;
– комиссии по операциям, связанным с уплатой основного долга и процентов по кредиту.
Говоря о видах графиков погашения кредита, стоит отметить, что в этом отношении рынок кредитных ресурсов также достаточно унифицирован. Подавляющее число кредитных сделок, совершаемых банками с субъектами малого предпринимательства, имеют ставшую уже класси-

кредитные организации, действуя в рамках законодательства, разумеется, всячески декларируют право заемщика отказаться от страхования, но делают это с рядом оговорок

...в последние годы все большее число заемщиков перестали относиться к страхованию как к дополнительному бесполезному продукту, необходимому лишь для решения вопроса о предоставлении кредита

ческой схему аннуитетных платежей. При такой схеме платежи на всем сроке действия кредитного договора в абсолютном выражении равны между собой. Каждый аннуитетный платеж включает в себя как сумму процентов, начисляемых ежемесячно на остаток ссудной задолженности, так и сумму основного долга. Большая часть процентных платежей при такой схеме, разумеется, приходится на первые периоды действия соглашения.

Другие схемы погашения применяются крайне редко, однако, все же изредка встречаются, следовательно, считаем необходимым на них остановиться чуть более подробно.

Дифференцированный график погашения кредита предполагает равномерное распределение суммы основного долга весь срок кредитования. При этом к каждому платежу прибавляется сумма процентов, начисленных на остаток основного долга. Платежи в таком графике будут постепенно с течением времени снижаться за счет снижения процентной составляющей внутри каждого платежа. Данный подход является не самым удобным с точки зрения планирования расходов предприятия и ежемесячной финансовой нагрузки на бизнес в целом.

Кроме уже упомянутых, существует схема, при которой вся сумма основного долга уплачивается в конце срока действия кредита. При этом она предполагает уплату равных между собой ежемесячных платежей за пользование кредитом, исчисляемых опять же исходя из годовой процентной ставки по кредиту и остатка ссудной задолженности. Гашение основного долга в таком случае производится одновременно в дату окончания срока действия кредитного договора. Такие условия кредитного соглашения позволяют предпринимателю дольше оставлять кредитные средства в обороте бизнеса, те самым заставляя деньги работать. Однако необходимость разово закрыть всю сумму в обозначенный срок может нанести серьезный удар на текущее финансовое состояние бизнеса. Банки при такой схеме тоже немало рискуют. Все-таки, несмотря на большую доходность таких продуктов, вероятность несвоевременного возврата такого кредита много выше чем при приведенных выше схемах. Именно поэтому, подобные схемы погашения встречается сегодня крайне редко.

их продуктов
ого бизнеса

Ко второй группе показателей, обозначенных «косвенными», могут быть отнесены:
– расходы по уплате страховых взносов по страховым программам, связанных с предоставлением кредита;
– затраты, связанные с предоставлением различного рода имущества в качестве обеспечения обязательств по кредитному соглашению;
– расходы, связанные с предоставлением отдельных документов, требуемых для принятия решения по заявке на кредит.
Из указанных пунктов первый является наиболее популярным видом дополнительных расходов, связанных с получением кредита. Необходимо обратить внимание на то, что программы страхования, являясь отдельной услугой, в силу определенных правовых норм, не могут быть обязательным условием предоставления кредита. Кредитные организации, действуя в рамках законодательства, разумеется, всячески декларируют право заемщика отказаться от страхования, но делают это с рядом оговорок. Так, например, бытует мнение, что готовность заемщика застраховать имеющиеся риски способствует одобрению кредита как таковому либо одобрению кредита под более низкую процентную ставку.

Страхование рисков заемщика

Необходимо обратить внимание и на условия страхования. В частности, важным необходимо считать порядок и периодичность уплаты страховых взносов. Так, например, некоторые страховые программы обязывают клиента внести единовременный страховой взнос за весь период страхования на этапе подписания договора. Другие, напротив, придерживаются более классического варианта, т.е. делят срок страхования на равные периоды, и взносы уплачиваются в соответствии с оговоренным графиком (например, ежемесячно, ежегодно). В последнем случае заемщик имеет возможность на любом этапе выплаты кредита расторгнуть договор страхования, тем самым сократив нагрузку на свой бюджет на сумму страховых взносов. Условия по кредитному соглашению при этом пересматриваться не будут, если иное не предусмотрено кредитным соглашением.

...необходимо учитывать, что каждое кредитное учреждение принимает к анализу только отчеты об оценке конкретных компаний, следовательно, отчет об оценке, заказанный для одного банка, совсем не обязательно будет принят в другом

расходы по страхованию объектов залогового имущества, в отличие от расходов на его оценку, всегда ложатся на плечи предпринимателя

Рассмотренные выше примеры в большей степени имеют отношение к страхованию жизни и здоровья заемщика. Еще одна очень важная составляющая страхования при совершении кредитных сделок – это страхование имущества, передаваемого в залог кредитору.

Зачастую, в особенности, в тех случаях, когда за счет прочих показателей (возраста заемщика, срок фактической деятельности бизнеса, финансовых показателей компании и пр.) повышаются банковские риски, банки обязывают заемщиков страховать залоговое имущество. Чаще это касается недвижимости и товаров в обороте – с этими видами залога крайне сложно избежать страхования, однако и по транспортным средствам обозначенное условие также довольно часто присутствует. Для предпринимателя же это означает наличие очередных расходов, связанных с получением кредита. Однако не стоит забывать, что подобные меры позволяют предпринимателю обезопасить себя от потерь, связанных с утратой какого-либо имущества. Страховая компания возместит потери и позволит тем самым рассчитаться с банком-кредитором.

Завершая тему страхования, стоит отметить, что в последние годы все большее число заемщиков перестали относиться к страхованию как к дополнительному бесполезному продукту, необходимому лишь для решения вопроса о предоставлении кредита. Связано это, в первую очередь, с развитием самого рынка страхования в стране. Клиенты все чаще предпочитают не дожидаться наступления непредвиденных обстоятельств. Проще нести малые запланированные затраты, чем допускать возможность непредвиденных расходов, связанных с наступлением непредвиденных обстоятельств, по размерам много большим, чем те самые страховые взносы.

Кстати, подавляющее число заемщиков, вступающих в программы страхования, не вникают в условия этих самых программ. Единственной характеристикой, которая играет хоть какую-то роль, является размер страховых взносов. Такие аспекты как условия признания конкретного случая страховым, порядок страхового возмещения, максимальные суммы страхового покрытия в большинстве случаев остаются в тени. Это и понятно, клиент

х про
ного бизнеса

в первую очередь преследует цель получения кредита и не готов объективно оценивать выгоды или недостатки той или и ной программы страхования.

Второй пункт характеристик, косвенно влияющих на итоговую стоимость кредитных ресурсов, а именно расходы, связанные с передачей того или иного типа имущества в залог банку, встречается несколько реже, чем те же программы страхования, однако имеет место быть в ряде случаев и потому, не может быть обделен вниманием.

Подобные затраты более свойственны более крупному бизнесу, потребность в финансирования которого превышает сумму в 3–4 млн руб. Финансирование таких предприятий, как правило, осуществляется в рамках отдельных специально разработанных программ.

Тем не менее, с данным аспектом могут встретиться и предприниматели малого сегмента.

Дополнительные расходы при передаче имущества в залог

Итак, при передаче имущества в залог предприниматель или собственник бизнеса может столкнуться со следующими дополнительными расходами:

– расходы, связанные с оценкой имущества, передаваемого в качестве залога кредитному учреждению;

– расходы по страхованию объектов залога;

– расходы, связанные с оформлением конкретного вида имущества в залог.

Оценка залогового имущества может производиться либо сотрудниками самого кредитного учреждения, либо сотрудникам оценочной организации, специализирующейся на данном виде работ. Если в первом случае материальные затраты на оценку имущества со стороны заемщика отсутствуют, то во втором они как раз чаще всего ложатся именно на его плечи.

Кроме того, необходимо учитывать, что каждое кредитное учреждение принимает к анализу только отчеты об оценке конкретных компаний, следовательно, отчет об оценке, заказанный для одного банка, совсем не обязательно будет принят в другом. Учитывая, что необходимость заказа оценочной процедуры далеко не всегда гарантирует пос-

...кредитный цикл в залоговом кредитовании, как правило, несколько больше, чем при аналогичных сделках без залога

многие предприниматели, в силу невысокой грамотности либо по иным причинам, не могут и не имеют желания разбираться во всех слагаемых цены кредитных ресурсов

ледующее утверждение кредитной сделки, вполне вероятно обращение предпринимателя в ряд банков, что в свою очередь влечет и дополнительные расходы на оценку имущества.

Расходы по страхованию объектов залогового имущества, в отличие от расходов на его оценку, всегда ложатся на плечи предпринимателя. Данный аспект подробно рассмотрен ранее.

И наконец, не самая значительная статья расходов, но, тем не менее, заслуживающая внимания, это расходы на оформление имущества в залог. Сюда могут входить заказ необходимой документации из профильных (чаще государственных) структур либо различного рода госпошлин при совершении сделок с имуществом.

В завершении стоит отметить, что кредитный цикл в залоговом кредитовании, как правило, несколько больше, чем при аналогичных сделках без залога. И здесь ключевым становится вопрос, насколько предпринимателю дорого потерянное время. Возможно, он сможет эффективнее распорядиться кредитными средствами, полученными сейчас, пусть они будут и дороже, нежели ждать более позднего и более дешевого финансирования, которое, возможно, еще и не гарантировано. Данный вопрос скорее нужно рассматривать на конкретных примерах и сложно подвести под какую-либо общую формулу, однако это еще один фактор, подчеркивающий, что погоня за дешевыми кредитами не всегда приносит наибольший эффект.

Даже само понятие стоимости кредитных ресурсов на сегодняшний день достаточно расплывчато и зависит от того, какие расходы включать в ее расчет, а какие нет. Если представить, что на выбор потребителя влияют исключительно указанные выше факторы, то выбор для большинства будет далеко не очевиден.

Вывод

Многие предприниматели, в силу невысокой грамотности либо по иным причинам, не могут и не имеют желания разбираться во всех слагаемых цены кредитных ресурсов. По-прежнему, намного проще отталкиваться от простых индикаторов, таких как уровень процентной ставки или размер ежемесячного платежа.

их продолжого бизнеса

Такая позиция позволяет кредитным организациям искать все новые схемы построения кредитных сделок, увеличивая свою собственную доходность, но при этом сохраняя конкурентоустойчивое место на рынке услуг за счет сохранения важных для клиентов индикаторов на приемлемом для последних уровне.

Литература

1. Бровкина Н.Е. Конкуренция на кредитном рынке и перспективы ее развития // Банковское дело. – 2011. – № 7. – С. 31–37.
2. Неклюдов В.К. Поведенческие аспекты и проблемы кредитования субъектов малого предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2012. – № 09 (207). – С. 42–46.
3. Неклюдов В.К. Факторы, влияющие на выбор клиента в сфере кредитования малого бизнеса // Ученые записки Санкт-Петербургского университета управления и экономики. – 2013. – № 3 (43). – С. 59–71.

pn

Valery K. Nekludov
Postgraduate of the Chair of Finance and Accounting,
Saint Petersburg University of Management and Economics

Price characteristics of credit products for small business enterprises

Abstract

The article discusses the concept of "price" and "cost" of credit resources in lending to small businesses, their analysis is carried out. The key parameters of loan products affecting the final cost of credit are described. The analysis-based conclusions concerning the influence of the studied parameters on the consumers' behavior are made.

Keywords: bank, loan, small business, price, cost, pledged security