

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ ВТБ

А. А. Бахарева, магистрант

Л. П. Мокрова, научный руководитель, к.э.н., доцент

ФГБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия

Аннотация. В современном мире важным элементом рыночной экономики и перспективным направлением развития банковского сектора является малый бизнес. В ближайшие годы ожидается ряд количественных и качественных изменений развития малого бизнеса, которые связаны с внедрением новых платформ, формированием индивидуальных предложений для клиентов, ростом значимости цифровых каналов в продвижении бренда и привлечении новых клиентов. Малый бизнес Группы ВТБ имеет потенциал для дальнейшего роста. В статье предложены мероприятия в рамках стратегии развития, учитывающие актуальные тенденции банковского сектора.

Ключевые слова: малый бизнес, банки, стратегия, экономика, финансы

STRATEGIES OF DEVELOPMENT FOR THE BANKING SECTOR IN THE SPHERE OF SMALL BUSINESS USING THE EXAMPLE OF VTB GROUP

A. A. Bakhareva, master's student

L. P. Mokrova, research supervisor, candidate of economic Sciences, associate Professor

The Federal State-Funded Educational Institution of Higher Education «Financial University under the Government of the Russian Federation», Moscow, Russia

Abstract. In today's world, small business is important element of market economy and the perspective direction of development of the banking sector. In the next years a number of quantitative and high-quality changes of development of small business which are connected with introduction of new platforms, formation of individual offers for clients, growth of the importance of digital channels in advance of a brand and involvement of new clients is expected. Small business of VTB Group has the potential for further growth. In article the actions within the development strategy considering current trends in the banking sector are offered.

Keywords: small business, banks, strategy, economy, finance

Малый бизнес является важнейшим элементом рыночной экономики, который во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. В 2017 году наблюдалось улучшение экономической ситуации в России: переход ВВП к росту, снижение волатильности курса рубля, достижение инфляцией исторического минимума и сокращение ключевой ставки Центрального банка. Однако реальные доходы населения еще не вышли на докризисный уровень. В банковском секторе произошли значительные изменения: восстановился рост розничного кредитования (12,6% в 2017 г.), хотя корпоративный сегмент пока стагнирует (+0,2% в 2017 г.) [1]. При этом в малом бизнесе произошло улучшение качества задолженности в сравнении с ситуацией 2014 – 2016 гг., когда рост просроченной задолженности привел к необходимости создания дополнительного объема резервов, что сделало кредитование малого бизнеса убыточным. В настоящее время малый бизнес Группы ВТБ является весьма перспективным направлением, имеющим потенциал для дальнейшего роста. Стратегия развития малого бизнеса Группы ВТБ должна учитывать современные тенденции банковского сектора. Данные обстоятельства обуславливают актуальность настоящей статьи.

Стоит отметить, что основным нормативным актом, который регулирует работу малого бизнеса, является Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [2]. Также важным нормативным документом в данной сфере является Постановление Правительства Российской Федерации от 4 апреля 2016 г. № 265, которое устанавливает предельные значения дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год. Для предприятий малого бизнеса данное значение составляет 800 млн рублей [3].

По итогам 2017 года банковский рынок по компаниям малого бизнеса продемонстрировал следующие результаты: рост кредитного портфеля составил 3% (2,9 трлн руб. на конец 2017 г.); рост портфеля депозитов составил 6% (1 трлн руб. на конец 2017 г.); рост средств до востребования составил 6% (1,7 трлн); рост комиссионных доходов составил 4% (0,4 трлн) [4].

По основным макроэкономическим показателям ожидаются следующие изменения в 2018 – 2020 гг.: средний темп роста реального ВВП составит 2,3% в год; уровень инфляции в 2020 г. составит 4%; ключевая ставка в 2020 г. составит 6,5%; среднегодовой рост объема кредитования юридических лиц составит 8%; среднегодовой рост объема средств юридических лиц составит 7%. Ожидается рост кредитов малому бизнесу в 2020 году на 8% по сравнению с 2017 г. и рост депозитов малому бизнесу также на 8% [1] (см. рис. 1 и 2).

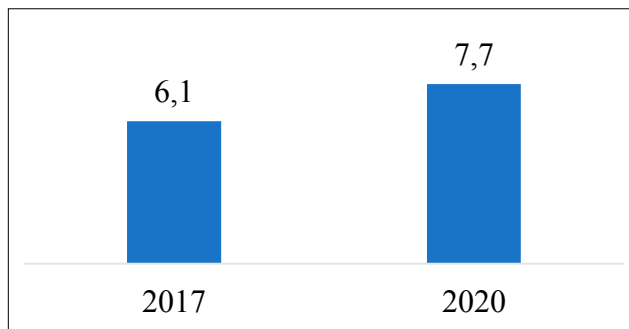


Рис. 1. Прогноз кредитов малому бизнесу, трлн руб.

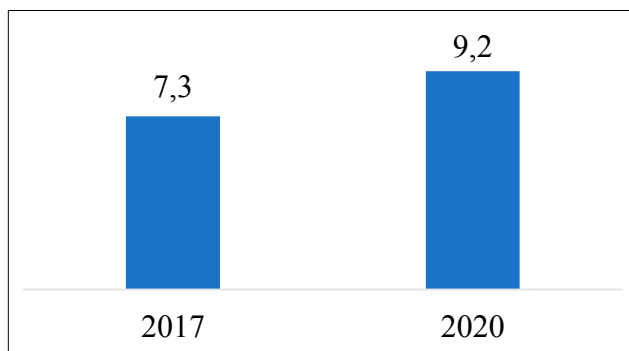


Рис. 2. Прогноз депозитов малому бизнесу, трлн руб.

С точки зрения перспектив развития малого бизнеса в ближайшие годы ожидается ряд качественных и количественных изменений. Под влиянием новых технологий банки будут менять свои бизнес-модели: появятся новые платформы для розницы и малого бизнеса, клиентская аналитика позволит формировать индивидуальные предложения для всех клиентов, вырастет значимость цифровых каналов в продвижении бренда и привлечении новых клиентов. Для зарубежных банков также характерна тенденция диджитализации в данной сфере (см. табл. 1).

Таблица 1

Ключевые тренды в малом бизнесе в России и за рубежом

	В России	За рубежом
Продуктовое предложение	1) Рост объема выданных кредитов; 2) Рост спроса на инвестиционное финансирование на фоне снижения доли краткосрочных кредитов; 3) Рост портфеля депозитов.	1) В Германии: снижение процентной ставки по кредитам; увеличение срока кредитов; увеличение количества льгот для малого бизнеса; 2) В Великобритании, Франции, Германии и Испании – развитие механизма ГЧП.
Модель продаж	1) Увеличение значимости дистанционных каналов при сохранении важности физической сети; 2) Рост значимости цифровых каналов в продвижении бренда.	В США: рост количества банков без физического присутствия.
Дистанционное обслуживание	Лидерами по эффективности онлайн-банков для малого бизнеса в России являются Тинькоффбанк и Альфа-Банк.	Банки США отличаются удобными, функциональными и доступными онлайн-банками. Лидеры: Bank of America; Wells Fargo; Chase Bank; Capital One, BMO Harris.
Сервисная модель	1) В США: необходимость совершенствования процедур открытия и закрытия счетов; 2) Повышение важности качества клиентского обслуживания.	1) Тенденция разработки индивидуальных предложений для клиентов; 2) Увеличение важности обеспечения синхронизации и согласованности в рамках всех каналов взаимодействия клиента с банком.

Важное значение имеет распределение малых предприятий по видам экономической деятельности. В 2016 году наибольшую долю предприятий малого бизнеса по видам экономической деятельности (31%) составила оптовая и розничная торговля. 21% предприятий малого бизнеса заняты в сфере операций с недвижимым имуществом. Также стоит отметить активность малых предприятий в обрабатывающем производстве (14%) и в строительстве (13%) [5] (см. рис. 3). Именно на данные сферы должна быть ориентирована стратегия банков в сфере малого бизнеса.

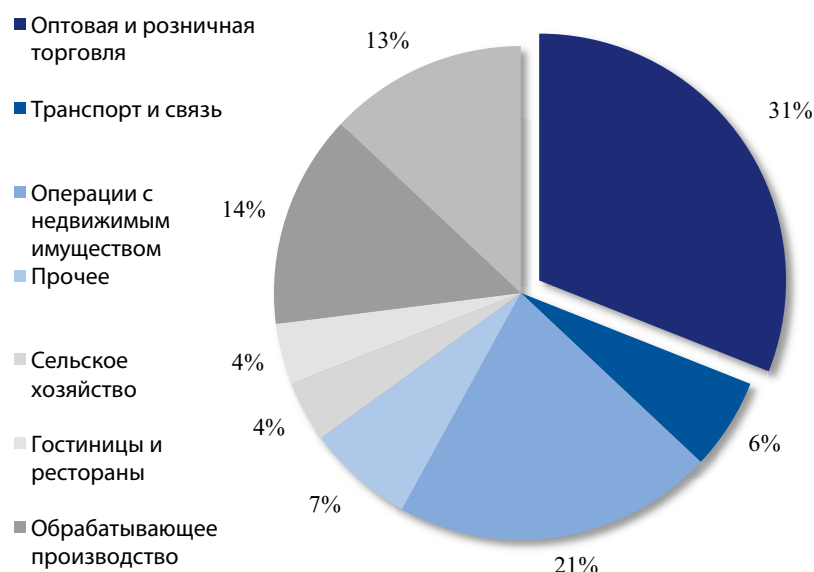


Рис. 3. Структура малых предприятий по видам экономической деятельности в 2016 г.¹

Среди наиболее успешных российских банков в малом бизнесе можно выделить Банк ВТБ (ПАО), ПАО Сбербанк России, АО «Альфа-Банк», ПАО Банк «ФК Открытие», которые придерживаются стратегии качественного роста малого бизнеса (увеличение доли рынка; рост кредитного портфеля; повышение качества обслуживания; развитие каналов дистанционного банковского обслуживания) (см. табл. 2).

Таблица 2

Конкурентные преимущества наиболее успешных российских банков в малом бизнесе

Наименование банка	Конкурентные преимущества
ВТБ	Активное сотрудничество с госструктурами; Широкий ассортимент продуктов; Объединение кредитов клиентов под более низкую ставку; Внедрение платформы событийного маркетинга в режиме реального времени.
Сбербанк	Высокий уровень устойчивости, большая капитализация; СМАРТ-кредиты для малого бизнеса за один день; Автоматизация и рост доли STP; Персонализация обслуживания клиентов
Альфа-Банк	Широкий ассортимент нефинансовых сервисов; «Клуб клиентов» для предпринимателей; Новая программа вторичных продаж на основе математических моделей машинного обучения; Удобный мобильный и интернет-банк
ФК Открытие	Тесное взаимодействие с клиентами.; Успешное развитие транзакционного бизнеса; Запуск инновационного продукта «экспресс овердрафт»; Организация нового диджитал-офиса малого бизнеса

Группа ВТБ является одной из крупнейших финансовых групп, которая включает более 20 кредитных и финансовых компаний, работающих во всех основных сегментах финансового рынка. Группа ВТБ построена по принципу стратегического холдинга, что предусматривает наличие единой стратегии развития компаний Группы, единого бренда, централизованного финансового менеджмента и управления рисками, унифицированных систем контроля. Группа ВТБ обладает уникальной для российских банков международной сетью, содействуя тем самым развитию международного сотрудничества и продвижению российских предприятий на мировые рынки.

¹ Кириленко Н. А. Анализ развития малого предпринимательства Российской Федерации: проблемы и перспективы // Молодой ученый. – 2017. – № 43 (177). – С. 150-156.

Одним из наиболее перспективных направлений для развития Группы ВТБ является малый бизнес, который представлен широкой сетью отделений в Москве и регионах. Фокус работы с клиентами малого бизнеса направлен на привлечение средств клиентов и поддержку расчетно-кассового обслуживания. Привлечение новых клиентов осуществляется через физическую сеть, для действующих клиентов также возможна покупка части продуктов онлайн.

В 2017 году малый бизнес Группы ВТБ показал хорошие результаты с точки зрения прибыли, но сохраняется потенциал дальнейшего роста: клиентская база составила 355 тыс. клиентов (+8% к 2016 г.); кредитный портфель составил 192 млрд. руб. (+0% к 2016 г.); объем средств до востребования составил 230 млрд руб. (+23% к 2016 г.); объем депозитов составил 190 млрд (+23% к 2016 г.); по продуктивности продаж сотрудников, обслуживающих клиентов малого бизнеса, Группа вплотную приблизилась к среднерыночным значениям, для достижения уровня лидеров рынка необходим значительный рывок [1] (Рис. 4).

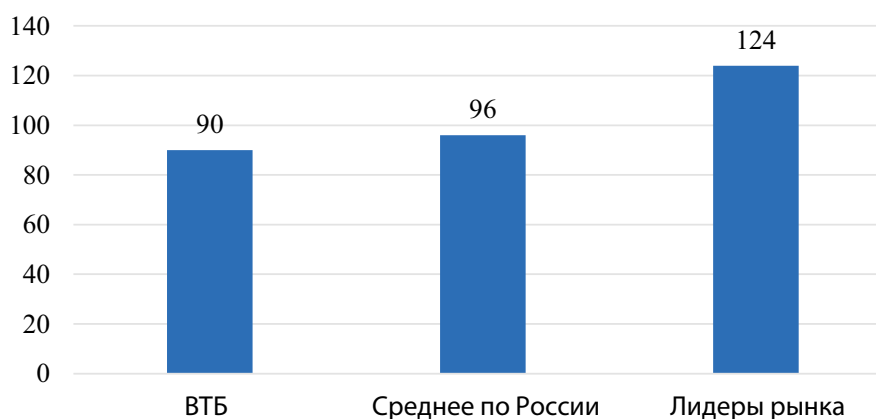


Рис. 4. Продуктивность продаж сотрудников малого бизнеса (общее количество продаж продуктов в штуках за 2016 г./среднее количество сотрудников малого бизнеса в 2016 г.

Рассмотрим, какую позицию занимает малый бизнес Группы ВТБ среди наиболее успешных российских банков в малом бизнесе. Было проведено сравнение по таким параметрам, как модель продвижения, позиционирование, модель продаж и сервисная модель (см. табл. 3).

Таблица 3
Анализ текущих позиций Группы ВТБ в малом бизнесе²

	ВТБ	Сбербанк	Альфа-Банк	Тинькофф	ФК Открытие
Модель продвижения	Активная рекламная кампания	Активная рекламная кампания	Активная рекламная кампания	Активная рекламная кампания, получение персональных данных у партнеров	Активная рекламная кампания, акции
Позиционирование	Транснациональный инвестиционный банк	Клиентоориентированный банк с высоким кредитом доверия и широким спектром товаров	Банк для бизнеса, акцентирует внимание на взаимовыгодном сотрудничестве	Инновационный онлайн-банк с высоким качеством обслуживания	Молодежный банк с выгодными тарифами с отдельным брендом для ЮЛ; Точка – первый в мире мультибанковский сервис
Модель продаж	Прямые продажи; Дистанционные продажи	Прямые продажи; Дистанционные продажи	Прямые продажи; Дистанционные продажи	Дистанционная модель; Таргетинг	Дистанционные продажи
Сервисная модель	Народный рейтинг: 13-е место Средняя оценка: 1,91 Эффективность МБ: 9-е место – 60,8 баллов	Народный рейтинг: 43-е место Средняя оценка: 1,54 Эффективность МБ: 6-е место – 64,8 балла	Народный рейтинг: 12-е место Средняя оценка: 2,02 Эффективность МБ: 4-е место – 68,3 балла	Народный рейтинг: 1-е место Средняя оценка: 3,26 Эффективность МБ: 1-е место – 75,3 балла	Народный рейтинг: 23-е место Средняя оценка: 1,8 Эффективность МБ: 10-е место – 60,7 баллов
	Перезапуск интерфейса в 2017 г. – упрощение доступа и улучшение сервиса	Перезапуск интерфейса в 2017 г. – упрощение доступа и улучшение сервиса	Перезапуск интерфейса в 2017 г. – упрощение доступа и улучшение сервиса	Самое функциональное и удобное для использования приложение ¹ 17	

² Составлено автором на основе Marksw Webb [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://marksw Webb.ru/e-finance/mobile-banking-rank-2017/> (Дата обращения: 02.12.2018)

Для дальнейшего успешного развития стратегия Группы ВТБ должна учитывать тенденции и особенности развития малого бизнеса, такие как появление новых платформ для розницы и малого бизнеса, формирование индивидуальных предложений для клиентов, рост значимости цифровых каналов в продвижении бренда и привлечении новых клиентов, занятость большинства малых предприятий в сфере оптовой и розничной торговли. Рассмотрим меры, которые позволят Группе ВТБ развиваться в соответствии с наиболее актуальными тенденциями в банковской сфере.

В соответствии с последней тенденцией, согласно которой наибольшая доля предприятий малого бизнеса занята в сфере оптовой и розничной торговли, необходимо выделить задачи сотрудничества с клиентами в сфере торговли. Во-первых, это использование возможностей на рынке для значительного роста комиссионного дохода, а именно, увеличение зарплатных проектов и продажа дополнительных продуктов, таких как эквайринг. Во-вторых, это опережающее развитие платежных сервисов, включая P2P переводы, максимальное покрытие расчетов с бюджетными организациями.

В рамках тенденции о необходимости формирования индивидуальных предложений для клиентов можно выделить внедрение услуги «персональный кредит», которая позволит предложить клиентам кредит на основе их индивидуальных характеристик, а также внедрение системы машинного обучения для автоматизации процесса подбора оптимального продукта. Система позволит клиенту получить предложение о кредите с определенной ставкой и на определенный срок на сайте после заполнения анкеты и загрузки отчетности. Данная мера позволит увеличить сумму кредитов юридическим лицам, а также обеспечит рост прибыли.

Учитывая тренд роста значимости цифровых каналов в продвижении бренда и привлечении новых клиентов, можно предложить использование следующих каналов продаж: реклама на сторонних ресурсах в You.Tube и продвижение онлайн-школы, которая будет работать по таким направлениям, как курсы предпринимателей с приглашением известных спикеров и обучающие курсы по работе с платформой. Данные меры будут способствовать привлечению новых клиентов и росту лояльности.

Поскольку перспективным актуальным направлением является появление новых платформ, для привлечения малого бизнеса можно предложить внедрение платформы «VTB for business», которая позволит компаниям получать необходимую финансовую поддержку от банка и других компаний, заключать партнерства, находить клиентов и многое другое. Платформа предоставит такие сервисы, как работа с документацией, операции с валютой (международные переводы и конвертация валют), коммуникации (передача данных в режиме P-2-P, поиск партнеров и клиентов, размещение рекламы), платежи (прямые платежи за услуги, автоплатежи и т.д.). Создание платформы позволит значительно опередить конкурентов и сократить расходы на персонал.

Таким образом, внедрение вышеуказанных мероприятий позволит стратегии Группы ВТБ учитывать актуальные тенденции банковского сектора для успешного дальнейшего развития и сохранения ведущих позиций в банковском секторе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Основные положения Стратегии развития группы ВТБ на 2017 – 2019 годы [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-informaciya/presentations/#tab_1_1# (Дата обращения: 02.12.2018)
2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ
3. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»
4. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/banks/msb_1h2017 (Дата обращения: 02.12.2018)
5. Кириленко Н. А. Анализ развития малого предпринимательства Российской Федерации: проблемы и перспективы // Молодой ученый. – 2017. – №43 (177). – С. 150 – 156.
6. Markswebb [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://markswebb.ru/e-finance/mobile-banking-gank-2017/> (Дата обращения: 02.12.2018)
7. Консолидированная финансовая отчетность с аудиторским заключением независимого аудитора за год, заканчивающийся 31 декабря 2017 года [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-informaciya/raskrytie-finansovoj-otchetnosti-po-msfo/> (Дата обращения: 02.12.2018)
8. Сбербанк [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.sberbank.ru/ru/person> (Дата обращения: 02.12.2018)
9. Альфа-банк [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://alfabank.ru> (Дата обращения: 02.12.2018)
9. Тинькофф [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.tinkoff.ru> (Дата обращения: 02.12.2018)
10. ФК Открытие [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.open.ru> (Дата обращения: 02.12.2018)