**Легко ли получить кредит, или Мифы и действительность банковского кредитования**

Владимир Угрына - Мукушев Булат - R-Style Softlab Москоммерцбанк КБ

Всегда обидно, если причиной отказа в предоставлении кредита становятся не экономические предпосылки, а элементарная неподготовленность компании-заемщика, неумение представить данные о бизнесе в интересующем финансистов ракурсе, а порой и просто вопиющая небрежность при подготовке заявки.

**Мифы банковской кредитной практики**...

Многие перспективные бизнес-идеи остановились в своем развитии на стадии замыслов из-за неудачи при кредитовании в коммерческом банке. Неприятно, конечно, получить отказ в просьбе о заеме средств по объективной причине, когда банк, рассмотрев параметры проекта и состояние компании и взвесив все <за> и <против>, не рискует выдать последней кредит. Но многие проекты заранее обречены на провал, так как их руководители преждевременно опускают руки, считая получение кредита в банке делом чрезмерно трудным, а то и вовсе невыполнимым. Действительно, во многом неудачи предопределяются существованием ряда устойчивых заблуждений насчет практики банковского кредитования в нашей стране.

В частности, среди предпринимателей бытуют мифы о том, что банки выдают кредиты только <своим> (причем спектр <своих> может варьироваться от сотрудников банка до клиентов, приходящих в кредитное учреждение по рекомендации), что банки слишком бюрократичны и долго принимают решения, что они чересчур перестраховываются при выдаче денежных займов.

Рассмотрим эти заблуждения по порядку. Впрочем, прежде необходимо сделать незначительную оговорку. Эти утверждения несправедливы только в отношении банков, для которых кредитование - одно из стратегических направлений деятельности. Однако на финансовом рынке присутствует большое количество кредитных учреждений, акционеры и менеджеры которых, либо не заинтересованы в развитии этого вида банковского бизнеса, либо характеризуются слишком низким, не соответствующим рыночным реалиям <аппетитом> к риску. Это нисколько не свидетельствует о достоинствах или недостатках таких банков - они следуют собственной стратегии развития. Но нужно быть готовым, что перечисленные мифы при контакте с ними на поверку окажутся реальностью. И чтобы избежать подобных недоразумений, необходимо выбирать банк для кредитования не наугад, а провести небольшое маркетинговое исследование финансового рынка, выявив наиболее подходящее кредитное учреждение.

В <реально> же кредитующих банках воплощение названных мифов приводит к потере банком своих конкурентных преимуществ. Так, ограничив рынок потребителей до <своего> круга, банк лишается возможности предоставлять кредиты огромному числу желающих получить займы, что приводит к существенному уменьшению возможностей извлекать прибыль. Кроме того, как это ни парадоксально, банкиры не слишком заинтересованы в работе со <своими> клиентами: последние, как правило, доставляют значительно больше хлопот, чем заемщики со стороны. Более того, заимодавцы хорошо понимают, что <родственные кредиты> (related loans) имеют более высокую степень дефолта. Поэтому авторы настоятельно рекомендуют заемщику не ограничивать круг рассматриваемых кредитных учреждений, довольствуясь только личными связями в банковской среде, а обращаться за ссудой через <парадный вход>.

Среди предпринимателей бытуют мифы о том, что банки выдают кредиты только <своим> (причем спектр <своих> может варьироваться от сотрудников банка до клиентов, приходящих в кредитное учреждение по рекомендации), что банки слишком бюрократичны и долго принимают решения, что они чересчур перестраховываются при выдаче денежных займов.

Нездоровый бюрократизм и необоснованные проволочки с выдачей кредита также не способствуют успешной кредитной деятельности банка. Хотя желающих получить кредит сегодня достаточно, такие недоработки могут спровоцировать уход потенциального клиента к банку-конкуренту. (Так, в <Москоммерцбанк> часто обращаются клиенты, имеющие возможность получить более низкую процентную ставку в других банках, однако не желающие мириться с излишней бюрократизацией последних.) Часто клиент не может ждать 3-4 месяца, чтобы получить кредит. Поэтому в эффективном и конкурентоспособном банке такое отношение к потребителю совершенно неприемлемо.

Что касается избыточной перестраховки банков при выдаче кредитов, то вопрос этот более глубокий, чем может показаться на первый взгляд. Действительно, банк заинтересован в том, чтобы максимально обезопасить себя от возможного дефолта. Но если требования банка к клиенту чрезмерно высоки, то он также может упустить выгодного клиента: ведь, как и в прочих экономических процессах, вопросы кредитования разрешаются в рамках парадигмы <риск - доходность>. Следовательно, можно ожидать (и небезосновательно), что в успешных кредитных учреждениях вероятность столкнуться с завышенными требованиями весьма невысока.

Еще один довольно распространенный миф: банкиры любят встречаться лично. Это утверждение не лишено основания, например, когда им нужно выстраивать долговременные отношения со своим стратегическим партнером или подготовить заключение крупной сделки. В случае же решения многих оперативных и тактических задач (например, кредитования клиентов) злоупотребление личными контактами может обернуться неэффективным расходованием высококвалифицированных ресурсов банка. К тому же большинство банкиров - крайне занятые люди (или, по крайней мере, считают себя таковыми). Поэтому неудивительно, что менеджеры кредитного направления стараются в разумных пределах свести к минимуму личные встречи с потенциальными клиентами.

**...и ее действительность**

В отличие от западных банков, которые на протяжение многих лет работы выработали формализованные технологии принятия кредитных решений, российские кредитные учреждения отличает индивидуальный подход к работе с потенциальным ссудозаемщиком. Отметим некоторые особенности отечественного кредитного бизнеса.

В первую очередь внимание кредитного менеджера обращено на сам проект, анализ которого показывает, достаточно ли у заемщика возможностей для реализации с последующей выплатой долга и процентных начислений.

Предоставление хорошего залога способно повысить шансы компании на получение кредита. Действительно, банки заинтересованы в надежных гарантиях, которые способны возместить убытки в случае невозврата кредита. Хотя они в принципе рассматривают в качестве залога широкий спектр движимого и недвижимого имущества, находящегося в распоряжении клиента, наибольшее доверие вызывает тот залог, который, грубо говоря, нелегко израсходовать или украсть. Сюда можно отнести недвижимость, основное производственное оборудование и т.п., тогда как, например, товары, находящиеся в обороте компании, могут вызвать у банкира справедливое сомнение.

Однако необходимо развеять еще одно заблуждение, которое связано с практикованием залогового кредитования. Иногда может сложиться впечатление, что проблема получения кредита легко решается посредством предоставления соответствующего залога. Действительно, в странах СНГ можно встретить банки, руководствующиеся подобными установками. К кредитным учреждениям, для которых залог является достаточным условием выдачи кредита, следует относиться с повышенным вниманием: среди них могут встречаться кредитные учреждения, которые, используя юридические тонкости в кредитном договоре, стремятся овладеть залогом, по стоимости обычно превышающим выданный кредит. Поэтому следует помнить, что чрезмерная легкость при получении кредита может обернуться в будущем крупными неприятностями.

Однако банки, не исповедующие принципы <ломбардного> кредитования, трактуют залог лишь как необходимое условие для выдачи кредита. В первую очередь внимание кредитного менеджера обращено на сам проект, анализ которого показывает, достаточно ли у заемщика возможностей для его реализации с последующей выплатой долга и процентных начислений.

Следующий этап рассмотрения заявки - анализ компании-заемщика. Действительно, информация о компании и других ее проектах и направлениях деятельности, финансовом состоянии и динамике развития может многое рассказать банкиру о перспективах кредитных взаимоотношений. Естественно, дополнительным плюсом станет наличие у клиента каких-либо гарантий и поручительств. И только в конце этой технологической цепочки кредитный менеджер рассмотрит характеристики залога, который будет обеспечивать выдаваемый кредит.

Банкиру важно знать, что заемщик действительно верит в успех своего начинания. Поэтому для определения кредитоспособности последнего очень важно учитывать и человеческий фактор рассматриваемого проекта. Наряду с оценкой финансовых потоков, связанных с проектом, значительное внимание акцентируется на менеджменте, который будет управлять реализацией проекта. Лидерские качества, предыдущий опыт работы с людьми, успех в решении аналогичных задач - все это учитывается банковским специалистом при анализе кредитной заявки. Это и понятно: <сильный> руководитель может вытянуть и посредственный проект, тогда как <слабый> загубит любой, что значительно повысит вероятность дефолта.

Может показаться, что такая непростая процедура рассмотрения кредитной заявки может привести к невозможности своевременного принятия кредитных решений (т.е. некоторые мифы, упомянутые ранее, в действительности окажутся явью), ведь спрос на кредитном рынке сегодня существенно превышает предложение. Тем не менее существует небольшой технологический секрет, знание которого, по мнению авторов, было бы весьма полезным для потенциального заемщика.

Резюме бизнес-плана: как заинтересовать кредитного менеджера?

На самом деле, несмотря на невозможность формального подхода к клиенту, отечественные банки в процессе кредитования все же вынуждены работать по заранее установленным технологиям. Более того, они стремятся, не в ущерб индивидуальному подходу, максимально формализовать работу с клиентом: наиболее преуспели в этом кредитные учреждения, автоматизировавшие свои технологии кредитования с помощью специализированных программных средств. Так, например, с помощью программного комплекса RS-Loans (разработка компании R-Style Softlab) кредитные менеджеры могут существенно упорядочить процесс кредитования, тем самым снизив непродуктивное расходование своего времени.

Заемщик избежал бы многих трудностей, если бы подошел к составлению заявки со всей возможной основательностью. Ему следует понимать, что хороший бизнес-план не гарантирует получение кредита, тогда как плохой наверняка приведет к неудаче. При подготовке этого документа вполне можно руководствоваться пособиями, в избытке изданными на сегодняшний день, которые подробно освещают кодекс правил создания действенного бизнес-плана. Однако авторы считают необходимым поделиться некоторыми своими соображениями, которые, возможно, облегчат кому-то процедуру получения кредита.

Важность резюме подтверждает статистика: 75-85% всех бизнес-планов выбрасывается сразу после прочтения резюме.

Прежде всего текст бизнес-плана должно предварять краткое резюме. Именно оно становится для банкира <лакмусовой бумажкой> определяющей, достоин ли бизнес-план более тщательного рассмотрения. Наложив свой шаблон на рассматриваемое резюме, банкир сразу отправляет в мусорную корзину тот бизнес-план, который не вписывается в <прокрустово ложе> его представлений о перспективном заемщике. Резюме помогает банковскому сотруднику легко выявлять неустранимые несоответствия в ожиданиях клиента и возможностях банка (например, касающиеся суммы, процента и срока кредита). При этом экономится время как банкира, так и заемщика, у которого остается время для поиска другого источника финансирования. Важность резюме подтверждает статистика: 75-85% всех бизнес-планов выбрасывается сразу после прочтения резюме. Если же резюме бизнес-плана удовлетворяет первоначальным параметрам кредитования, то кредитные менеджеры приступают к более тщательному анализу содержимого бизнес-плана.

Поэтому резюме этого документа должно быть кратким (не более одной-двух страниц) и наглядно предлагать читателю понятную информацию об основной сути заявки: о количестве запрашиваемых денег, цели и сроках кредитования, ожидаемой величине процента. Из содержания бизнес-плана кредитный менеджер должен легко получить представление об индустрии, к которой относится проект, о компании, ее реальных финансовых показателях и возможностях менеджмента довести проект до конца.

Не менее важны стиль и оформление резюме. Оно должно состоять из коротких, логически завершенных предложений, составляющих хорошо структурированный текст. Не следует стеснять себя в использовании заголовков и подзаголовков - они делают содержимое резюме более наглядным, к тому же подчеркивают наиболее существенные моменты бизнес-идеи. Естественно, текст должен иллюстрироваться простыми и наглядными графиками и понятными таблицами. Не надо бояться оскорбить чувства банкира подозрением его в скудоумии: наоборот, он наверняка весьма оценит заботу об экономии его времени.

Чтобы подчеркнуть важность резюме бизнес-плана, можно провести его аналогию с Curriculum Vitae кандидата на вакантную должность. Было бы нелепо предположить, что чтение этого документа окажется достаточным для принятия решения о приеме кандидата на работу. У резюме совершенно иное предназначение: в ряду аналогичных бумаг оно должно заинтересовать работодателя и вынудить его вызвать кандидата на собеседование (возможно, не единственное), результаты которого и станут решающими при принятии кадровых решений. Аналогичным образом резюме бизнес-плана должно заинтересовать и привлечь внимание кредитного менеджера банка, на рабочем столе которого наверняка находится кипа подобных документов. Иначе заявка заемщика, невзирая на его перспективность, до этапа анализа состояния рассматриваемой кандидатуры может просто не дойти.

Укажем еще на один недостаток, который присущ многим бизнес-планам, поступающим в кредитные отделы российских банков, - чрезмерную увлеченность предпринимателя своим делом. Действительно, многие бизнесмены настолько увлечены своей работой, что пытаются заразить энтузиазмом и банкира, наивно полагая, что это ускорит получение кредита. Предоставляемые ими заявки часто содержат горы ненужной информации с малой толикой финансовых деталей проекта. Поэтому не стоит удивляться, что такой документ в конечном счете оказывается в корзине, так и не получив ни единого шанса быть должным образом рассмотренным. При написании бизнес-плана следует руководствоваться замечанием одного известного автора, который утверждал, что отправляясь на рыбалку, он берет с собой червей, хотя сам предпочитает клубнику со сливками.

Естественно, в бизнес-плане должна отражаться краткая, но емкая информация по предполагаемым финансовым потокам проекта. При этом нужно сделать разумные и обоснованные предположения о том, куда и сколько денег будет вложено и какая отдача ожидается в результате реализации проекта. Сведения в натуральных единицах, например о количестве произведенных болтов и гаек, могут быть очень полезны, однако не должны заслонять собой финансовую суть проекта. Поэтому заемщику необходимо освоить такие понятия, как NPV, ROI, ROE и другие премудрости проектного финансирования, чтобы описывать свой проект не в жанре беллетристики, а на равных беседовать с профессиональным финансистом на его же языке.

Как это ни банально звучит, ни в коем случае не следует приукрашивать ситуацию в компании и состояние на рынке. Нужно поставить себя на место банкира, чтобы понять, почему он скорее отдаст деньги менее успешному, но честному человеку, чем просителю, который уличен в неискренности.

Напоследок заметим, что вовсе не обязательно вникать самому во все тонкости написания бизнес-плана. Иногда выгодно воспользоваться услугами консалтинговых компаний, которые не одну собаку съели на выполнении подобных задач. По крайней мере, те из них, которые специализируются на подобных услугах, прекрасно знают их специфику и не допустят невыдачи кредита из-за неграмотного оформления бизнес-плана. При этом нет необходимости привлекать дорогостоящие крупные международные корпорации - вполне достаточно воспользоваться услугами добротных отечественных консультантов, которые набили руку в написании бизнес-планов для стороннего заказчика.

**\* \* \***

Авторы надеются, что потенциальные потребители банковских кредитных продуктов осознают важность тщательного подхода к составлению бизнес-плана, необходимого для получения ссуды. Ведь правильное составление этого документа позволяет не только повысить вероятность получения кредита, но и способствует ясному осознанию собственных целей, выявлению дополнительных возможностей проекта и тщательному анализу потенциальных рисков. Более того, внимательный анализ бизнес-процессов собственной компании и тщательное изучение ее финансового состояния могут привести к повышению эффективности дальнейшей реализации проекта и в результате привлечь дополнительных инвесторов и партнеров.