

银行小微金融业务的优化策略研究

罗晓珊

(中国人民大学, 北京 100872)

摘要: 互联网经济的蓬勃发展对实体经济造成了一定的冲击, 直到国内全面实施 O2O 模式, 实体经济才开始逐渐回暖。小微企业作为实体经济中的重要组成部分, 其发展状况直接影响社会经济建设情况。众所周知, 小微企业发展离不开大量资金的支撑, 在这一背景下, 银行贷款成为企业融资的主要渠道, 与之相适应的金融服务也大量涌现。但由于小微企业金融变化日新月异, 所以金融产品也必须做到与时俱进。尤其近年来, 在技术不断改革、经济迅速发展背景下, 小微金融服务业迎来了广阔发展空间, 并深入渗透到经营主体、经营理念等方面。本文以小微企业概述与金融业务的重要性为切入点, 对小微企业金融业务面临的问题进行分析; 并结合实践情况, 提出了银行小微金融业务的优化策略, 在一定程度上改变了银行发展模式, 为小微企业健康发展提供了充足的资金保障。

关键词: 银行; 小微企业; 金融业务; 优化策略

中图分类号: F832.33

文献标识码: A

DOI: 10.12230/j.issn.2095-6657.2022.32.008

近年来, 我国市场经济利率改革日新月异, 在一定程度上拓展了大型企业的融资渠道, 同时增强了企业议价能力, 这也使得商业银行不得不转变传统依赖大型企业发展的局面。小微企业作为我国经济建设的中流砥柱, 在市場中的地位日益凸显; 这一形势下, 越来越多商业银行认识到了小微企业发展的重要性, 并将金融业务延伸到小微企业。当前, 小微企业在扩大就业、繁荣市场、带动经济发展等方面发挥积极作用。尤其从 2014 年开始, 国家不断加大投入力度, 鼓励小微企业发展, 并将其作为促进经济可持续发展, 带动市场经济转型的关键环节。但结合实际情况来看, 虽然小微企业数量较多, 但金融业务依然没有达到饱和状态, 仍需要进一步开发, 通过创新金融产品, 为小微企业健康发展夯实基础。

1 小微企业概述与金融业务的重要性

1.1 小微企业概述

小微企业这一概念最早起源于 2011 年, 包含个体工商户、微型企业、小型企业以及家庭作坊式企业等。虽然小微企业在各国经济发展中均占据不可替代的地位, 但不同国家对小微企业的划分标准也不同, 其中大多数都是结合企业经营规模进行划分。近年来, 越来越多专家和学者投入到小微企业研究领域, 并对小微企业做出了明确定义, 主要指经营权和产权相互统一、产值和规模较小、产品类型和服务模式单一、从业人员较少的企业。

1.2 小微企业金融业务的重要性

现阶段, 我国各地区的小微企业普遍存在种类丰富、数量

较多、分布较广等特点, 被誉为经济发展中的“毛细血管”, 在加快经济建设速度的同时, 能够有效提升居民生活质量, 现如今已经成为我国经济发展不可或缺的一部分。为了促进小微企业可持续发展, 国内商业银行相继开展了小微企业金融业务, 一方面为小微企业融资提供便利, 使其有足够资金拓展规模、开展业务, 同时增加地区就业率, 带动地区经济蓬勃发展; 另一方面能够拓展商业银行的业务渠道, 为银行创造更大化利润空间, 从而增强商业银行核心竞争力^[1]。

2 银行小微金融业务面临的问题

2.1 银行对小微企业资金需求识别难度大

银行小微金融业务需要通过大数据识别客户资金需求, 但由于银行缺乏水、电、票等与小微企业经营发展相关的大数据, 所以很难精准识别企业资金需求的时间、金额等实际情况, 导致需求和贷款金额错配现象时有发生。另外, 银行线上小微金融业务在识别企业申贷行为时, 需要依赖于生物识别或大数据识别技术, 相对于线下而言, 面临的欺诈风险相对更高。例如, 随着互联网贷款平台的退出, 商业银行成为欺诈团伙的新目标, 在一定程度上加大了风险防范压力。

2.2 金融科技投入问题

对商业银行的专业能力和科技水平进行衡量, 需要围绕科技投入情况和人才队伍建设情况分析。由于我国商业银行相对于发达国家而言, 在金融业务开展方面起步较晚, 所以无论科技水平还是人才建设都处于落后局面。尤其在数字化时代背景下, 这种弊端更加显著, 需要国内商业银行不断加大投入力度,

全面提高金融业务技术含量。

2.3 销售渠道过于单一

随着商业银行多年来的不断发展和完善,小微企业金融业务实施方面已经取得了显著成就。但不可否认的是,小微企业发展依然面临诸多资金困境,这也在一定程度上反映了银行销售渠道单一、利用率不高等问题,无法充分发挥营销作用,不利于拓展市场占比^[2]。另外,当前商业银行虽然设立了多个营业网点,但业务类型仍然以核算业务为主,并且缺乏盈利能力;加上人才队伍建设水平有限,导致很多网点经营不善。与此同时,小微企业核算业务相对于其他业务而言起步较晚,发展年限较短,并非所有网点都能够支持相关业务的办理,严重阻碍了金融产品的推广和销售。另外,商业银行在业务拓展方面,也缺乏行之有效的策略,主要依赖于办理过相关业务的人员介绍或者为银行人员主动推荐,很难保证推荐的金融业务是小微企业所需求的,导致银行与客户之间信息不对称,二者在互不了解的情况下,无法充分发挥小微企业金融业务的作用。

2.4 客户筛选体系不完善

对客户进行精准筛选,是对客户进行分类的重要前提,也是建立目标客户群的关键基础。商业银行在长时间发展进程中积累了庞大的客户群体,所有客户都要与银行进行频繁沟通。但由于商业银行金融业务繁杂,并且对应的客户群体不尽相同,所以必须要做好客户筛选工作,保证金融业务营销更有针对性,从而发挥营销策略的集中优势,尽可能为客户提供优质、便捷的服务,全面提高银行市场占有率。但结合实际情况来看,各大商业银行并没有建立完善的客户筛选体系,由于不同客户的理财理念、经济水平、个人习惯以及风险承受能力等存在差异,所以筛选难度较大,无法充分发挥营销作用。

3 银行小微金融业务的优化策略

3.1 实施差异化经营道路,优化小微贷款投向

我国商业银行种类较多,包括城市中小银行、股份制商业银行以及大型国有商业银行,这些银行想要实现可持续发展目标,就要对市场进行精准定位。现阶段,大型国有商业银行的服务对象,主要为国有企业或大型企业;股份制商业银行的服务对象,主要为外资企业或者大中型企业;城市中小银行的服务对象,则主要面向经营相对灵活,信息收集成本较低的小微企业^[3]。只有针对不同企业实施差异化经营方式,才能够在稳定发展的同时,为社会经济建设助力。

另外,对小微企业贷款投向进行优化也至关重要。具体来说,为了充分发挥金融的作用,为企业经营发展提供充足资金保障,就要从以下两方面入手。

第一,结合地区发展实际情况,在促进商业银行小微业务有序发展的基础上,尽可能将金融业务拓展到其他地区,为小微企业融资提供更多渠道,同时为金融业务优化布局奠定基础。

第二,银行需要针对不同类型的企业,制定与之相适应的贷款方案,避免资金大面积集中在某一类型企业,确保资金分配合理。在此基础上,商业银行必须做好调查分析工作,全面了解小微企业资金需求情况;并结合不同行业、不同企业的特征,制定行之有效的金融产品营销策略,保证营销更有针对性。与此同时,小微企业当前面临的竞争压力较大,为了更好地适应社会环境,需要不断优化产业结构。这一背景下,商业银行需要通过创新金融业务满足小微企业贷款要求,通过多种贷款组合方式,构建科学合理的贷款结构。

3.2 加强业务与金融科技融合,促进产品销售

21世纪是信息化时代,信息技术的重要性不容小觑。商业银行作为经济市场的主体之一,也要认识到信息化建设的重要性,不断加大金融科技投入力度,全面提高金融服务的技术含量,使金融科技能够深入渗透到小微金融业务领域。想要满足这一需求,就要从三方面入手。

第一,银行要积极与金融科技企业合作,建立完善、健全的合作机制,并加大投入力度,尽可能帮助小微企业解决融资难题,确保小微企业拓展规模、发展业务有充足的资金保障。在与金融科技企业合作过程中,银行需要不断提高创新意识,利用各种新技术对小微金融业务进行优化和完善,全面提高业务推广范围和服务能力,同时增强金融产品的智能化效果^[4]。

第二,引入人工智能技术。小微贷款的对象主要为小微企业,相对于大中企业而言,风险性相对较高。为了尽可能从源头规避风险,需要积极引入人工智能技术。通过建立和完善小微企业模型,做好企业系统化检测和分析工作;并结合数据信息,对小微企业经营状况、经济实力、销售情况、发展趋势等进行充分了解,使银行能够对企业进行准确衡量,从而做出准确决策,以此来规避风险。

第三,以大数据技术为基础建立信息化平台。在收集数据信息的同时,做好加工、分析、整理等工作,并组建专业的技术队伍,为小微企业金融业务创新奠定技术基础。

3.3 应用多元化销售渠道,改善投入产出不协调情况

我国小微企业客户群较为分散、涉及面较广,金融业务的工作量与大中型企业相比不相上下,并且银行贷款数额大多在百万元以内,不仅成本高,而且费时费力,这也在一定程度上加大了商业银行营销难度。为了切实解决以上问题,改善投入和投入不协调现状,银行要对销售思路进行创新,全面拓展销售渠道。

第一，应用批量化营销手段。批量营销需要提前做好市场调查工作，在全面了解小微企业经营特点、风险类型、风险特征等要素基础上，对小微企业进行合理归类；然后按照类别销售金融产品、提供金融服务，通过确定批量授信方案，对金融产品进行科学定价、合理配置，并结合可能存在的金融风险，制定行之有效的防范手段。在此基础上，还应小微企业进行贷后管理。结合大量实践来看，银行采用批量营销模式，能够有效控制成本，同时尽可能降低风险事故发生率。同时，基于批量管理的营销思路更加有针对性，可以提高营销有效性，有利于为小微企业金融可持续发展夯实基础。

第二，探索专业化分工、标准化分类发展途径。为了从源头改善小微企业在贷款方面混乱无序、信用较低的特点，需要银行在做好市场调研工作的同时，积极探索专业化分工、标准化分类发展途径。这就需要银行对小微企业进行科学分类，既可以按照规模分类，也可以按照需求分类。同时，要求零散的小微企业全面开发关系型企业信用，并开放专业市场、商会等以小微企业需求为主的集中群体，促进小微企业金融逐渐向社区化趋势发展；并通过规范金融环境，切实解决小微企业融资困难的问题。

3.4 优化业务流程，改进金融客户筛选系统

首先，银行应建立差异化的小微企业金融业务流程。尤其新时期，随着互联网技术蓬勃发展，网络上能够查询到详细的小微企业信息，包括经营产品、业务类型等。所以，银行需要认识到客户信息数据收集的重要性。同时要注意，小微企业的数据信息并非一成不变的，而是动态发展的，所以在收集信息的同时，还要做好及时维护和更新工作，全面了解小微企业的需求和风险等级。尤其要重视风险评估，应从传统事后防范转变为提前预防，在做好评审工作基础上满足小微企业贷款需求，全面提高银行的服务效率和质量^[5]。

其次，银行还要积极引入各种先进技术，对客户进行合理分类。基于不同客户群体，制定差异化金融业务服务流程，一方面，为客户提供更加便捷、高效的服务；另一方面，为银行规范化开展金融服务工作提供便利。

然后，银行要不断优化和完善存量客户的服务流程。通常情况下，具备一定存款量的小微企业，还款能力相对较强。对于银行来说，这类客户可以划分到信誉较好的优质客户范畴，需要银行采取措施维护好彼此之间的关系，进而提高客户对银行的信任度和认同感，以此来增强客户黏性，使其成为小微金融业务的“忠实粉丝”。对于商业银行而言，信用较高的客户才能够归入优质客户范畴。互联网背景下，银行能够随时随地了解小微企业相关信息，只需引入大数据技术对小微企业进行

实时监控即可。当优质客户有意愿申请小微金融产品时，银行可以直接省略审核环节，只与小微企业签订严谨、详细的合同即可，如此能够有效简化存量客户的金融业务服务流程，全面加快资金入账速度^[6]。

最后，针对存量有贷小型企业，银行还要结合小微企业的贡献情况，考虑贷款利率，通过存抵贷方式提高小微企业贷款积极性。同时，需要将倒贷政策与结算紧密联系在一起，通过增加额度、简化流程等方式，激发小微企业结算积极性。针对存量无贷的小型企业，银行可以通过网上银行等便捷式服务，让客户切身体会到小微金融服务的便捷。

4 结语

综上所述，新时期，小微企业已经成为社会经济建设的中流砥柱，促进小微企业发展，也是增强国家竞争力的有效途径。为了切实解决小微企业融资困难问题，需要银行积极创新小微金融业务，开发各种新型金融产品，全面调动小微企业贷款积极性；并通过拓展渠道、简化流程等方式，为小微企业发展提供充足的资金保障。

参考文献：

- [1] 陶长辉. 践行新发展理念打造新发展优势对新时期推进小微金融业务高质量发展的若干思考[J]. 现代金融, 2021, (01): 9-13.
- [2] 陆岷峰. 基于经济结构学理论下的小微企业融资结构优化、均衡与协调[J]. 宜宾学院学报, 2020, 20(11): 67-77.
- [3] 张焯, 刘伯良. 新冠肺炎疫情对邮储银行小微金融业务影响分析及策略研究[J]. 邮政研究, 2020, 36, (05): 7-10.
- [4] 付宇程, 彭娅. 小微金融供给侧结构性改革的现实困境及路径选择[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2020, 34(08): 37-44.
- [5] 中国农业银行武汉培训学院课题组, 何独业. “互联网+”时代商业银行小微金融风险管理策略研究[J]. 农银学刊, 2020, (04): 43-48.
- [6] 王丽媛, 张若望, 金化镨. 我国城市商业银行小微金融业务优化策略研究——以河北银行为例[J]. 山西农经, 2020, (10): 150-151.

作者简介：罗晓珊（1985-），女，广东深圳人，大学本科，主要从事金融学研究。