

## **О проблемах в сфере банковского кредитования малого и среднего бизнеса**

*Демина Анастасия Владимировна*

*Аспирант*

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,*

*факультет экономики, Москва, Россия*

*E-mail: anastasiademina@mail.ru*

Роль и значение развития малого и среднего бизнеса, а также важность расширения кредитования данного сегмента подчеркиваются уже на протяжении многих лет и остаются одним из актуальных направлений совершенствования экономики РФ в т.ч. банковского сектора. В тоже время за 20 лет развития рыночной экономики малый и средний бизнес так и не стал системообразующим фактором в нашей стране, а ситуация с кредитованием данного сегмента в корне не изменилась: банки ссылаются на повышенные риски в данной сфере, а малое предпринимательство ощущает нехватку финансирования. Примером может служить недавний отказ ЦБ РФ рефинансировать банки под залог портфелей кредитов малому и среднему бизнесу. В настоящее время нормативная база Банка России относит малые предприятия к заемщикам второй категории надежности и описанное выше рефинансирование, по словам регулятора, может привести к неоправданному повышению рисков ЦБ.

Работа с малым бизнесом может принести и ряд преимуществ коммерческим банкам. Малый бизнес является связующим звеном между корпоративным и розничным обслуживанием, которое помогает диверсифицировать кредитный портфель, разрабатывать и внедрять современные технологии, улучшать продуктовые линейки. Малый бизнес легче переживает последствия кризисных явлений в экономике: такие компании более мобильные, экономически гибкие, быстрее приспосабливаются к изменениям во внешней среде. Заинтересованность коммерческих банков в данном сегменте постепенно повышается, в ассортименте кредитных продуктов появляются все новые и новые специальные программы и предложения. Об этом может свидетельствовать индекс кредитного благополучия, рассчитываемый Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства (НИСИП), который в 2010 г. показал быстрый рост (24%). В итоге доля банков, выражающих активную заинтересованность в кредитовании малых предприятий в 2011 г., превысила 50%. По данным того же НИСИП в 2010 году банковское кредитование малого и среднего предпринимательства увеличивалось, достигнув объемов порядка 3,2 трлн. руб. [2] Но еще остается ряд обстоятельств, которые тормозят развитие рынка кредитования малого и среднего бизнеса.

В данном докладе проанализированы недостатки нормативно-правовой базы банковского обслуживания малого бизнеса, описываются характерные черты малого предпринимательства и специфика их кредитных потребностей. Если обратиться к современной литературе и практическим исследованиям, то можно сразу заметить отсутствие единого подхода к определению и измерению данного сектора в банковской сфере. Это обстоятельство сильно затрудняет изучение текущей ситуации на рынке кредитования, анализ статистических сведений и межбанковское сопоставление данных.

Также для обеспечения эффективной работы коммерческих банков с предприятиями малого бизнеса необходимо четко определить критерии отнесения экономических субъектов к данной категории потенциальных клиентов. У каждого банка есть право выбора: использовать законодательно установленные критерии или разработать собственную систему требований. Как правило, банками применяются количественные и качественные критерии, причем первые, в силу их измеримости, используются чаще и

являются более предпочтительными. Поскольку качественные критерии имеют описательный характер, их достаточно тяжело формализовать и измерить, то их целесообразно использовать как вспомогательные для понимания основных характеристик изучаемого сегмента.

В работе приводятся недостатки и достоинства существующих подходов, описывается действующая банковская практика обслуживания малого бизнеса, рекомендации международных организаций, а также разработана классификация предприятий малого бизнеса, позволяющая банкам выявлять основные потребности клиентов каждой группы. Подход банка к каждой группе клиентов будет различным: малое предприятие, нацеленное на удовлетворение базовых потребностей, будет нуждаться в типовом банковском продукте, тогда как в среднем бизнесе выгоднее использовать индивидуальный подход. Различия будут наблюдаться также и в подходе к финансовому анализу, длительности рассмотрения заявок на кредитование.

### **Литература**

1. Андреева И., Павлов К. О критериях выделения малого и среднего бизнеса // Общество и экономика. 2007. №7. С.62-79
2. Малый бизнес в России: что делать? / В.Буев, М. Смирнов, А. Чепуренко // Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. - URL: [http://www.nisse.ru/business/article/article\\_1681.html](http://www.nisse.ru/business/article/article_1681.html) (дата обращения: 15.02.2012)
3. Расчет и обоснование критерия выручки сектора малого и среднего предпринимательства (МСП) для проекта федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» / Ресурсный центр малого предпринимательства по заказу Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. 2007.- URL: <http://www.rcsme.ru/common/publ.asp>. (дата обращения: 15.02.2012)
4. <http://ec.europa.eu/> (Европейская комиссия)