

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт экономики, управления и природопользования
Базовая кафедра «Сбербанка России»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Янкина И.А.
«__» _____ 2019г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01. Экономика

«Совершенствование кредитования малого предпринимательства»

Руководитель _____ доц., канд. тех. наук Шульгин Н.Б.

Выпускник _____ Рыбникова Е.А.

Красноярск 2019

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 64 страницы, 6 рисунков, 9 таблиц, 34 использованных источника.

Ключевые слова: малое предпринимательство, малый бизнес, кредитование, кредитная политика, кредитование малого и среднего бизнеса.

Объектом исследования является кредитование малого бизнеса.

Предметом исследования является кредитование малого бизнеса ПАО «Сбербанк».

Целью работы является создание направлений совершенствования кредитование малого бизнеса с целью повышения уровня кредитования и рентабельности банка.

В процессе исследования проводились изучение и анализ нормативно-правовых актов, федеральных законов, открытых финансовых документов, изучение и обобщение отечественной и зарубежной практики анализа кредитования малого и среднего бизнеса.

В результате исследования были предложены направления совершенствования кредитования малого бизнеса и проведен их анализ.

Область применения: результаты исследования могут быть применены при планирование кредитной политики банка.

Экономическая эффективность/ значимость работы заключается в том, чтобы увеличить эффективность деятельности банка для дальнейшего функционирования на рынке.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. Теоретические основы кредитования малого предпринимательства	6
1.1 Понятие и сущность малого предпринимательства.....	6
1.2 Основы кредитования малого предпринимательства.....	12
1.3 Методы оценки кредитоспособности малого предпринимательства	18
Глава 2. Исследование кредитования малого бизнеса в коммерческом банке на примере ПАО «Сбербанк»	24
2.1 Общая характеристика предприятия ПАО «Сбербанк»	24
2.2 Анализ системы кредитования малого бизнеса на примере ПАО «Сбербанк».....	30
2.3 Основные преимущества и недостатки системы кредитования малого бизнеса в ПАО «Сбербанк».....	36
Глава 3. Развитие методов кредитования малого и среднего предпринимательства	42
3.1 Анализ механизма кредитования малого предпринимательства на примере ООО «Мне Букет».....	42
3.2 Выявление проблем устойчивого развития рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России	45
3.3 Направления совершенствования кредитования малого и среднего бизнеса в России.....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	61

ВВЕДЕНИЕ

Малый бизнес и банки выступают на рынке кредитования в качестве деловых партнеров. В зависимости от того, насколько они будут понимать проблемы и потребности друг друга, настолько и зависят результаты их сотрудничества. Естественно, что банки и представители малого бизнеса имеют различные точки зрения на кредитование малого и среднего бизнеса. Однако их объединяет единая цель - найти решения наиболее проблемных вопросов для благополучного развития банковского кредитования в России.

Актуальность темы дипломной работы определена ролью малых предприятий в масштабах экономики страны в целом и значением их как потребителя банковских услуг. Малое предпринимательство - не только существенная составляющая и массовая субъектная база цивилизованного рыночного хозяйства, но и максимально гибкая, эффективная и прозрачная в силу своих размеров форма хозяйствования.

Объект исследования – система кредитования малого бизнеса в коммерческом банке.

Предмет исследования – кредитования малого предприятия на примере ООО «Мне Букет».

Целью написания работы заключается в совершенствовании системы кредитования малого бизнеса в коммерческом банке.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы малого предпринимательства;
2. Рассмотреть особенности кредитования малого предпринимательства;
3. Изучить методы оценки кредитоспособности предприятия;
4. Привести общую характеристику предприятия ПАО «Сбербанк»;
5. Финансовый анализ предприятия ПАО «Сбербанк»;

6. Проанализировать кредитные продукты предприятия ПАО «Сбербанк»;

7. Разработать рекомендации по совершенствованию системы кредитования малого предприятия на примере с целью повышения эффективности кредитного процесса.

Глава 1. Теоретические основы кредитования малого предпринимательства

1.1 Понятие и сущность малого предпринимательства

Проблема экономических интересов малых предприятий в настоящее время актуальна и анализируется экономистами, общественными деятелями и руководителями различных уровней. Таким образом, существует мнение, что экономические интересы малого бизнеса должны реализовываться преимущественно в процессе взаимодействия с крупным бизнесом. Субъекту малого предпринимательства в таких условиях отводится вспомогательная роль со значительным ограничением независимости.

Между тем, изучая проблемы малого бизнеса в Российской Федерации, необходимо обратиться к самой концепции малого бизнеса.

Малый бизнес - экономика, которая определяется деятельностью малого бизнеса на рынке товаров, работ и услуг. Предметом малого бизнеса является малый бизнес.

Малые предприятия в развитых странах имеют сильные позиции в таких отраслях, как торговля, строительство, ремонт автомобилей, услуги. В то же время проводится активная политика диверсификации малого бизнеса в новых областях производства - машиностроении, энергетике, энергетике, химической промышленности, приборостроении, транспорте и связи, телекоммуникациях, информационных технологиях, а также других технологиях, высокотехнологичное производство.

В мировой практике существуют различные подходы к классификации «предпринимательства» и критериям для классификации его как «малого предпринимательства». Наиболее часто используемые критерии включают в себя: численность персонала небольшого предприятия (средняя численность постоянных работников и работников, занятых неполный рабочий день);

размер уставного капитала; финансовые показатели малого бизнеса (чистая прибыль, общий доход, оборачиваемость активов); вид деятельности предприятия.

Понятия «предпринимательство» и «малый бизнес» не являются синонимами. Если в научной литературе существует достаточно слаженная экономическая теория «предпринимательства», то понятие «малое предпринимательство» все еще находится в стадии изучения и систематизации. Многие ученые дают собственное определение понятия малого бизнеса и малого бизнеса.

Для большей наглядности определения термина малого предпринимательства, представим полемику автором по данному вопросу (таблица 1).

Таблица 1 – Poleмика авторов о термине «малое предпринимательство»

Автор	Определение
А. Цыганов	"малое предприятие – самостоятельный и наиболее типичный субъект экономической жизни со своими отличительными особенностями, закономерностями, преимуществами и недостатками"
Д. Речмен и М. Нескон	определяют малое предприятие как "фирму, которой управляет независимый владелец, которая не занимает в своей отрасли доминирующего положения, и отвечает определенным критериям по числу занятых и реализации объемов производства"
Большой экономический словарь	"малый бизнес – это принятое обозначение совокупности мелких и средних частных предприятий, не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношению к монополиям роль в экономике"

Окончание таблицы 1

Алисов А.Н. и Грищенко С.Е.	«малое предпринимательство как социально-экономическая категория – это специфическая деятельность, преимущественно предпринимателя-собственника, по осуществлению наиболее эффективного использования социально-экономических условий и ресурсов на инновационной, рискованной основе и полной экономической ответственности с целью удовлетворения спроса на данный товар или услугу и получения прибыли»
Хамидуллин Ф.Ф.	«... это сложная, вероятностная, динамическая система, охватывающая процессы производства, обмена, распределения и потребления, материальных благ, и как всякая сложная система должна рассматриваться в разных аспектах. Если рассматривать ее с точки зрения материальнопроизводственной, то ее входом являются материально-вещественные потоки природных и производственных ресурсов, информация, выходом – материально-вещественные потоки предметов потребления, услуг, продукции, предназначенной для накопления и возмещения, товаров для экспорта, а также отходов производства. В социальноэкономическом аспекте ее входом являются определенные социально-экономические отношения людей в обществе, выходом – воспроизведенные и развитые системой производственные отношения, содержание которых определяется регулируемым и саморегулируемым соотношением элементов собственности»

В отечественной литературе широко используются термины "малое предпринимательство", "малый бизнес", "мелкий бизнес", малые и средние

предприятия. В российском законодательстве официально принят термин "малое предпринимательство". В англоязычной литературе под термином "small business" обычно понимают мелкие и средние предприятия. В европейских странах и Японии принят термин "мелкие и средние предприятия". Немецкий "миттельштанд" означает средний слой. В международной статистике общим правилом является выделение сектора малых и средних предприятий (МСП).

Такие понятия, как «малый и средний бизнес», «малые и средние предприятия (МСП)», «предприятия малого и среднего бизнеса» и т. п., за прошедшие 15 лет стали широко использоваться в специализированной литературе и в деловой среде. К основным категориям, определяющим экономическую сущность предпринимательства, относятся [4]:

- использование инвестиционных механизмов, включающих методы поиска и отбора источников вложений, формы и направления работы с инвесторами, каналы, способы и сроки окупаемости вложенных финансовых и материальных средств;

- программирование и планирование предпринимательской деятельности, состоящие из перспективных программ, средне- и краткосрочных проектов, бизнес-планов, по этапам и стадиям производства, переработки и реализации продукции;

- финансовое, кредитное и материально-техническое обеспечение предпринимательского процесса;

- общая ценовая политика и гибкое регулирование закупочных, отпускных и розничных цен на продукцию, работы и услуги предпринимателя в зависимости от состояния рынка;

- организация коммерческого и хозяйственного расчета в структурных подразделениях предприятия;

- стимулирование и мотивация труда наемных работников субъекта предпринимательства;

- нормализация налогооблагаемой базы организаций в рамках норм и правил Налогового кодекса и других федеральных законов;
- маркетинг, охватывающий не только сферу сбытовых, торговых и закупочных операций, но и сферу производства, ориентированную на выпуск конкурентоспособной по качеству, цене, ассортименту, срокам поступления на рынок и другим параметрам продукции;
- организация учета и расчетов, основанных на регулярности, достоверности и прозрачности товарных, денежных и иных операций.

Таким образом, малое предпринимательство как социально-экономическая категория представляет собой особую деятельность, в первую очередь предпринимателя-владельца, для реализации наиболее эффективного сочетания экономических ресурсов на инновационной основе, основанной на риске, с полной экономической ответственностью, с целью получения предпринимательской доход.

Как показывает анализ экономической литературы, под формой управления следует понимать совокупность организационных, управленческих, финансовых и других структур предприятия, действующих на основе определенной формы собственности. В мировой практике существует множество критериев для выделения малого предприятия в качестве особой формы управления. Как правило, наиболее распространенными критериальными показателями, на основе которых хозяйствующие субъекты относятся к малому бизнесу, являются: численность персонала, размер уставного капитала, стоимость актива, объем оборота (прибыль, доход). По данным Всемирного банка, общее количество показателей, по которым предприятия относятся к малым предприятиям, превышает 50 [6].

В западной экономике существуют три основные юридические или юридические формы собственности: индивидуальная, партнерская и акционерная.

Большинство малых предприятий в развитых странах находятся в индивидуальной собственности. С юридической точки зрения физическое лицо

или единоличное предприятие представляет собой неограниченную ответственность владельца за деятельность его предприятия. Это означает, что владелец организует производство за собственные или заемные средства на свой страх и риск, и в случае банкротства все его имущество, включая личное имущество, может быть конфисковано судом в пользу кредиторов для погашения задолженности [7].

Второй юридической формой предприятий является партнерство, когда объединяются два или несколько человек. В некоторых странах этих людей называют компаньонами, отсюда и название предприятий – "компания". Владельцы партнерства также несут неограниченную ответственность за свою деятельность, но эта ответственность распределяется в соответствии с паевым участием, каждого владельца. Например, два компаньона создали предприятие, причем один внес $\frac{2}{3}$ капитала, а второй – $\frac{1}{3}$. По результатам деятельности предприятия первый получит $\frac{2}{3}$ прибыли, но и в случае банкротства или убытков на его долю также придется $\frac{2}{3}$ задолженности.

Развитие малого и среднего производства создает благоприятные условия для восстановления экономики: создается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, идет структурная перестройка, расширяется потребительский сектор. Развитие малых предприятий приводит к насыщению рынка товарами и услугами, увеличению экспортного потенциала и лучшему использованию местного сырья.

Невозможно представить современную экономику без развитого малого бизнеса. С одной стороны, он в некотором роде против большого бизнеса, и с этой точки зрения он делает экономику более гибкой, помогает быстро адаптироваться к рыночным изменениям, меняющимся модам и вкусам потребителей, структурной реорганизации экономики. С другой стороны, значительная часть малых и средних предприятий сотрудничает с крупным бизнесом, дополняя и укрепляя его, помогая ему преодолеть технический консерватизм [8].

Особенно ярко прослеживается роль малого бизнеса в период становления этого сектора в нашей стране, в переходе от командной экономики к рыночной. Развитие малых и средних предприятий способствовало насыщению рынка товарами и услугами, преодолению отраслевых и региональных монополий, усилению конкуренции, внедрению достижений научно-технического прогресса, повышению экспортного потенциала. Малые и средние предприятия позволяют расширить сферу применения труда, создать новые возможности трудоустройства для безработного населения и освобожденных работников от неэффективно работающих предприятий.

Таким образом, малое предпринимательство является инициативной самостоятельной деятельностью, осуществляемой на свой страх и риск и под свою имущественную ответственность за прибыль, субъекты которой определяются такими критериями, как численность персонала, размер уставного капитала, стоимость актива объем товарооборота и др.

1.2 Основы кредитования малого предпринимательства

Программы финансирования малого бизнеса - это решения, связанные с поддержанием наиболее динамичного сектора экономики с целью обеспечения стабильности финансовой и инвестиционной системы как наиболее сложной, что отвечает интересам всех граждан страны (предотвращение обесценения вкладов, сохранение рабочих мест и т. д.).

А.А. Богданов, анализируя принципы развития сложных систем, пишет, что «всякое изменение может рассматриваться с точки зрения подбора как сохранение или умножение одних активностей, упрочение и усиление одних связей, устранение, уменьшение, ослабление, разрыв других в том или ином комплексе, в той или иной системе. Фактором, деятелем подбора всегда является «среда» в самом общем смысле этого слова» [1].

Условия, в которых происходят действия экономических агентов, имеют решающее значение для обеспечения устойчивости национальных

экономических агентов в контексте реализации системных рисков. Именно эта среда должна сформировать национальное государство.

Мировой финансовый капитал, достигший невероятных масштабов, стал трансцендентным механизмом формирования новой системы экономических отношений. Несмотря на то, что он иногда реагирует на некоторые внешние «раздражители» (меры регулирования крупных государств и международных финансовых институтов), система движения финансового капитала, по мнению ученых [2], которая оставила развивающиеся рынки без ресурсов, практически не регулируется. ,

В настоящее время развитие малого и среднего предпринимательства является одним из основных условий экономического роста государства.

Дело в том, что растущее число малых и средних предприятий, в свою очередь, требует изменения потребностей и в банковской структуре с их стороны.

Как уже известно, когда банковские услуги этих субъектов, любая сторона, будь то банковское дело, будь то субъект хозяйствования, имеет определенные выгоды для себя. Например, банки, которые занимаются кредитованием малого и среднего бизнеса, идут на диверсификацию банковского бизнеса, что в свою очередь приводит к увеличению клиентской базы и операций, осуществляемых банками, соответственно, и увеличению прибыли. Но следует помнить, что в банковском секторе растет конкуренция, а также из-за неудовлетворенности спросом возникает необходимость расширения спектра банковских услуг. Для малого и среднего бизнеса кредитование, предоставляемое банком, позволяет расширить его деятельность, покрыть пробелы в ликвидности, внедрить и помочь в создании бизнеса, выполнить требования законодательства и, конечно же, обеспечить финансовую безопасность. К ним относятся операции с документами, хранение средств на счетах, использование сейфов.

Как и в любой другой сфере, развитие малого и среднего бизнеса должно быть выгодным для государства. В нашем случае это рост занятости,

формирование конкуренции, повышение налогов, что является важным аспектом для государств, развитие инноваций и интеллектуальных продуктов, рост ВВП и многое другое.

Развитие малого и среднего бизнеса не обходится без проблем. И одной из главных проблем является низкая доступность банковских кредитных ресурсов. В настоящее время процентные ставки по развитию малого и среднего бизнеса очень высоки. Соответственно, банковские кредиты ограничены страхом получения высоких уровней риска и сложным управлением этими рисками.

Банки, в свою очередь, также сталкиваются с проблемами. И одной из их главных проблем является привлечение и удержание клиентов. В банковском секторе существует много разных способов привлечения клиента для обслуживания в конкретном банке, но сначала они должны быть приемлемого уровня этих затрат, что позволит добиться лучшего эффекта.

По выбору экспертов, есть два способа, которые наиболее эффективны для привлечения клиентов. Первый способ - это привлечение, в основе которого лежит реклама торговой марки банка. Второй способ - это привлечение, в основе которого уже лежат финансово-экономические отношения с уже существующими клиентами [4].

Но опять же, если вы примените первый способ привлечения клиентов, тогда будут значительные рекламные расходы, и у банка должна быть развитая сеть филиалов, которая будет близка к потенциальным и уже существующим клиентам банка.

Если банк небольшой, то этот метод потребует хороших дополнительных затрат для проведения более масштабной рекламы своего банка и его бренда. Поэтому для таких банков более выгоден второй вариант привлечения клиентов.

Второй проблемный аспект заключается в удержании своих клиентов. А это уже намного сложнее чем привлечение. Около 65% клиентам предпочтительнее, чтобы все их финансовые продукты были в управлении

только у одного банка. Эти данные были получены в ходе исследований американской консалтинговой кампании Tower Group.

По данным Deloitte Consulting на каждого банковского клиента приходится в среднем 1,93 финансового продукта в отдельно взятом банке [3]. В то же время сами банкиры считают, что, если клиент не имеет в их институте хотя бы двух-трех продуктов, риск его потери заметно возрастает.

Следует заметить тот факт, что конкуренция в банковской сфере в США более выше, чем у нас. Для сравнения: в США на страну приходится более 15000 зарегистрированных банков, тогда как в РФ их менее 1000, и то их число уменьшается с каждым днем.

Как правило, существует множество выходов из этой ситуации, но наиболее успешным является интенсификация перекрестных продаж товаров и услуг. Этот метод был включен финансовыми учреждениями в арсенал маркетинга более 10 лет назад. С самого начала большой проблемой для менеджеров банков было эффективное включение технологий перекрестных продаж в маркетинговые стратегии.

Определенные трудности возникли при работе с аналитическими инструментами. Как показывает практика, в ходе маркетинговых кампаний потребителям часто предлагались продукты, которые у них уже были, или они им вообще не нужны. Тем не менее, несмотря на возникшие проблемы, перекрестная продажа продуктов и услуг остается приоритетной составляющей бизнес-стратегии банка.

Согласно исследованию зарубежных экспертов, банкиры начинают ориентироваться не столько на привлечение новых инвесторов, сколько на расширение операций с уже существующими [2]. Проведенные исследования показывают, что у банков есть большие шансы, когда есть варианты и шансы продать дополнительные продукты своим потребителям из своего так называемого ассортимента продуктов, и если они делают соответствующие предложения только тем, кто вступает в контакт с финансовым учреждением через филиал, позвоните по телефону. в центре или в режиме онлайн. Клиенты,

самостоятельно установившие контакт с банком, более восприимчивы к предложениям новых продуктов и услуг [4].

Таким образом, можно сказать, что отношения между банками и предприятиями всегда актуальны. На разных этапах развития экономики и банковской системы ученые возвращаются к этой проблеме, поскольку новые технологии порождают новые решения проблем взаимоотношений между кредитным и реальным секторами экономики, а среди клиентов в одночасье возникают новые потребности.

В настоящее время существует несколько проблем кредитования малого бизнеса российскими банками. Ключевым среди них является наличие кредитных продуктов для малого и среднего бизнеса, что определяется рядом аспектов: необходимостью предоставления залогов и гарантий, отсутствием доверия к банку, высокими процентными ставками, сложностью оформления документов.

Более активному развитию сектора кредитования малого и среднего бизнеса банками и его разнообразия по территории России препятствуют такие проблемы, как:

1. Отсутствие у коммерческих банков ресурсной возможности в открытии для малого и среднего бизнеса долгосрочных кредитных линий. В основном субъекты бизнеса получают преимущественно займы на 3-6 месяцев, которые используются на приобретение оборотных активов.

2. В связи с тем, что операционные затраты банков по работе с крупными и мелкими заемщиками равнозначны, то кредитным институтам невыгодно работать с субъектами малого и среднего бизнеса.

3. Многие банки рассматривают малый и средний бизнес в качестве ненадежных и рискованных клиентов. Поэтому многие кредитные институты охотнее выдают кредиты крупным корпорациям.

4. Практика выдачи беззалоговых кредитов не имеет эффективной базы для оценки рисков.

5. Высокий уровень банковской маржи делает кредиты для малого и среднего бизнеса слишком дорогими. В России этот показатель составляет 6-7%. Для сравнения: в США данный показатель составляет 2,5- 3,2%, в ЕС – 2,5-4,6%, в Японии – 1,7-2,6%. По оценкам экспертов, маржа выше 3% не может обеспечивать сбалансированность спроса и предложения на банковском рынке.

Несмотря на эти проблемы, в последние годы наблюдается расширение кредитной политики банков, которая сопровождается повышением активности банков в области маркетинга на рынке кредитования малого и среднего бизнеса по следующим направлениям:

- реализация целевых программ, в том числе специальных программ кредитования инновационных и энергоэффективных проектов;
- расширение линейки кредитных продуктов;
- предложение комбинированных банковских продуктов;
- повышение информационной открытости банков по вопросам кредитования.

Направлениями развития кредитования малого и среднего бизнеса в России в ближайшей перспективе являются:

- создание крупными банками широкой филиальной сети для развития региональных кредитных рынков;
- совершенствование продуктовой линейки, использование различных форм кредитования;
- кредитование покупки и модернизации основных средств, расширения производства и внедрения инноваций;
- повышение качества обслуживания клиентов;
- взаимодействие банков с институциональными инвесторами и государственной инфраструктурой поддержки малого и среднего бизнеса.

Серьезным препятствием на пути к получению ссуды для малых и средних предпринимателей остается требование по залоговому обеспечению.

1.3 Методы оценки кредитоспособности малого предпринимательства

Понятие кредитоспособности означает способность предприятия своевременно и в полном объеме осуществлять платежи по своим обязательствам. Кредитный анализ может проводиться как банками, выдающими кредиты, так и предприятиями, стремящимися их получить. Содержание банковского кредитного анализа составляет рассмотрение банками различных факторов, способствующих невозврату кредитов или, наоборот, обеспечению их своевременного возврата.

Основной целью кредитного анализа является определение способности и готовности заемщика погасить запрошенный кредит в соответствии с условиями кредитного договора. Для этого банку необходимо определить степень риска, который он готов принять на себя, и размер кредита, который банк может выдать в этих обстоятельствах [1]. При проведении кредитного анализа необходимо решить следующие вопросы:

- имеется ли возможность у должника вернуть занятые денежные средства в указанный срок (финансово-хозяйственная сторона деятельности предприятия);
- какова готовность должника к возврату денежных средств (юридический характер и связь с личными качествами руководителей предприятия).

Структура и содержание показателей складываются из самого понятия кредитоспособности. Они должны дать характеристику финансово-хозяйственному состоянию предприятий с точки зрения наиболее эффективного размещения и использования заемных средств и всех средств вообще, дать оценку способности и готовности должника осуществлять платежи и возможности погашения долга в указанные сторонами сроки. Оценка способности своевременно возвращать кредит проводится на основе данных анализа баланса предприятия на ликвидность, целевого использования кредита и оборотных средств с положительным результатом, уровня рентабельности, а

степень готовности выявляется в ходе определения дееспособности заемщика, приоритетов его развития, определенных качеств руководителей предприятий в своем бизнесе.

Современные практические методы оценки кредитоспособности заемщиков в коммерческих банках основываются на применении многообразных финансовых и нефинансовых критериев. К их числу относятся: 1) классификационные модели; 2) модели на основе комплексного анализа. Классификационные модели дают возможность группировать заемщиков: прогнозные модели позволяют дифференцировать их в зависимости от вероятности банкротства; рейтинговые – в зависимости от их категории, устанавливаемой с помощью группы рассчитываемых финансовых коэффициентов и присваиваемых им уровней значимости.

Большинство классификационных моделей обычно делятся на группы (классы), и их можно использовать в качестве дополнительного инструмента для определения того, как выполнить заявку на кредит. Наиболее точное описание дают две модели: точечная (рейтинговая) оценка и прогноз банкротства. С помощью рейтинговых моделей можно разделить заемщиков на плохих и хороших, а благодаря модели прогнозирования можно разграничить обанкротившиеся фирмы и устойчивые компании. Рейтинговый балл (общее количество баллов) рассчитывается путем умножения значения показателя на его вес (коэффициент значимости) в интегральном показателе. В мировой практике при оценке кредитоспособности на основе системы финансовых коэффициентов в основном используются следующие 5 групп коэффициентов: ликвидность, оборот, финансовый леверидж, рентабельность, обслуживание долга [1].

Многие коммерческие банки используют систему скоринга. Под кредитным скорингом понимается технический прием, который был предложен американским экономистом Д. Дюраном в начале 1940-х годов для выбора заемщиков по потребительскому кредиту. Отличием кредитного скоринга от

рейтинговой оценки является то, что в формуле рейтинговой оценки вместо значения i -го показателя используется частная балльная оценка i -го показателя.

Причем каждый индикатор имеет несколько интервалов значений, каждому из которых присваивается определенное количество баллов или определяется класс.

Преимущество рейтинговой модели заключается в ее простоте, поскольку для определения класса заемщика необходимо рассчитать финансовые коэффициенты и взвесить их. Но необходимо помнить, что при расчете рейтинга могут использоваться только те значения, которые соответствуют установленным стандартам.

При осуществлении характеристики качества потенциальных заемщиков обычно используют прогнозные модели. Они основаны на статистических методах, самым используемым из которых является множественный дискриминантный анализ (MDA), известный также как кластерный анализ [2].

В ходе проведения расчета коэффициентов регрессии делается статистическая обработка данных по выборке фирм, которые либо разорились, либо сумели удержать свою платежеспособность в течение некоторого периода. Все компании делят на две группы: на тех, кому не грозят финансовые трудности, могущие привести к банкротству в ближайшем будущем, и на тех, у кого имеется угроза стать банкротом. Если показатель финансового состояния некоторой компании находится ближе к показателю средней компании-банкрота, то в случае дальнейшего ухудшения ее положения она обанкротится. Если же менеджеры компании и банк, выявив финансовые трудности, принимают решения для предотвращения усугубления ситуации, то банкротства не произойдет. Таким образом, оценка является предупреждением такой возможности [1].

При применении MDA необходима достаточно репрезентативная выборка предприятий, дифференцированных по отраслям, размерам. Сложностью этого процесса является то, что внутри отрасли не всегда возможно определить необходимое количество обанкротившихся фирм для расчета коэффициента

регрессии. Широко используемыми моделями MDA являются модели Альтмана и Чессера.

Альтманом, Хольдерманом и Нарайаной введен «Z-анализ» на основании следующего уравнения:

$$Z = 1,2 \cdot X1 + 1,4 X2 + 0,6 X3 + 1,0 X4 + 3,3 X5,$$

где X1 – чистые оборотные фонды/общие активы;

X2 – резервы/общие активы;

X3 – валовая прибыль/общие активы;

X4 – собственный капитал/общая задолженность;

X5 – обороты/общие активы.

Определение класса надежности предприятия производится на основании следующих значений индекса Z:

$Z \leq 1,8$ – вероятность обанкротиться очень высока;

$1,8 < Z \leq 2,7$ – высокая вероятность банкротства;

$2,7 < Z \leq 3,0$ – низкая степень вероятности банкротства;

$3,0 < Z$ – самая меньшая вероятность банкротства.

Организация моделей по подобию уравнения Альтмана для российских заемщиков в настоящее время является проблематичной. Это обусловлено отсутствием статистики банкротства, влиянием на метод признания фирмы банкротом множества факторов, которые не подлежат учету, а также из-за отсутствия стабильной нормативной базы банкротства российских предприятий. Общей проблемой практического применения перечисленных и других моделей скоринга является обеспечение связанности и непротиворечивости различных показателей. Множество банков для достижения более точных оценок комбинируют по своему усмотрению различные показатели и коэффициенты [1].

Устоявшиеся дискриминантные модели прогнозирования банкротств характеризуются двухфакторной моделью М.А. Федотовой и пятифакторной моделью Р.С. Сайфулина, Г.Г. Кадыкова [2].

По модели оценки вероятности банкротств М.А. Федотовой, которая основана на коэффициенте текущей ликвидности (X_1) и коэффициенте доли заемных средств в валюте баланса (X_2), выведено следующее уравнение: $Z = -0,3877 - 1,0736 \times X_1 + 0,0579 \times X_2$. В случае, когда значение индекса Z имеет отрицательное значение, предприятие останется платежеспособным. Уравнение Р.С. Сайфулина, Г.Г. Кадыкова имеет вид:

$$Z = 2 \times X_1 + 0,1 \times X_2 + 0,08 \times X_3 + 0,45 \times X_4 + X_5.$$

В случае полного соответствия значений финансовых коэффициентов минимальному нормативному уровню индекс Z равен 1. Финансовое состояние предприятия, рейтинговое число которого менее 1, является неудовлетворительным [3].

Вместе с множественным дискриминантным анализом прогнозирования банкротства заемщика также используются и упрощенные модели, которые основаны на системе показателей. Образцом данного подхода считается система показателей Бивера, в которую входит:

- коэффициент Бивера (рассчитывается как отношение разности между чистой прибылью и амортизацией и суммой долгосрочных и текущих обязательств);
- рентабельность активов (отношение чистой прибыли к среднему за период размеру суммарных активов);
- финансовый леверидж (отношение заемного капитала к собственным средствам);
- коэффициент покрытия активов собственным оборотным капиталом;
- коэффициент покрытия краткосрочных обязательств оборотными активами [1].

В процессе осуществления классификации кредитов применяют модель CART («классификационные и регрессионные деревья»). Еще ее называют «рекурсивным разбиением». Раскрыть понятие «классификационные и регрессионные деревья» возможно при разложении генеральной совокупности количественных показателей деятельности предприятия и ключевых

финансовых коэффициентов, определяющих его устойчивость, на «ветви» в зависимости от значений выбранных финансовых коэффициентов. Каждая «ветвь» дерева, в свою очередь, разделяется на «ветви» в соответствии с другим коэффициентом. Точность классификации – около 90 %.

Проведение анализа кредитоспособности клиента по основным принципам кредитования, которые содержит CAMPARI, состоит в выделении по очереди из кредитной заявки и прилагаемых финансовых документов условных направлений оценки деятельности клиента.

Название CAMPARI сложено из начальных английских букв, которые имеют следующую расшифровку:

C – character – характерные качества клиента, его репутация;

A – abiliti – способность своевременной возврата кредита;

M – margin – маржа, доход;

P – purpose – назначение кредита для указанных целей;

A – amount – размер кредита;

R – repayment – условия для закрытия кредита;

I – insurance – обеспечение, страхование от возможности непогашения кредита [4].

Для осуществления анализа платежеспособности индивидуальных заемщиков используется оценочная система, основанная на опыте и внимательности специалистов банка. Проводится оценка характера заемщика, предполагаемое использование средств, источники погашения кредита [1].

Глава 2. Исследование кредитования малого бизнеса в коммерческом банке на примере ПАО «Сбербанк»

2.1 Общая характеристика предприятия ПАО «Сбербанк»

Сбербанк сегодня — это кровеносная система российской экономики, треть ее банковской системы. Банк дает работу и источник дохода каждой 150-й российской семье.

На долю лидера российского банковского сектора по общему объему активов приходится 28,7% совокупных банковских активов (по состоянию на 1 января 2016 года).

Банк является основным кредитором российской экономики и занимает крупнейшую долю на рынке вкладов. На его долю приходится 46% вкладов населения, 38,7% кредитов физическим лицам и 32,2% кредитов юридическим лицам.

Сбербанк сегодня — это 12 территориальных банков и более 14 тысяч подразделений по всей стране, в 83 субъектах Российской Федерации, расположенных на территории 11 часовых поясов.

Только в России у Сбербанка более 110 миллионов клиентов — больше половины населения страны, а за рубежом услугами Сбербанка пользуются около 11 миллионов человек.

Спектр услуг Сбербанка для розничных клиентов максимально широк: от традиционных депозитов и различных видов кредитования до банковских карт, денежных переводов, банковского страхования и брокерских услуг.

Все розничные кредиты в Сбербанке выдаются по технологии «Кредитная фабрика», созданной для эффективной оценки кредитных рисков и обеспечения высокого качества кредитного портфеля [33].

Стремясь сделать обслуживание более удобным, современным и технологичным, Сбербанк с каждым годом все более совершенствует

возможности дистанционного управления счетами клиентов. В банке создана система удаленных каналов обслуживания, в которую входят:

- мобильные приложения Сбербанк Онлайн для смартфонов (более 40 млн активных пользователей);
- веб-версия Сбербанк Онлайн (13 млн активных пользователей);
- SMS-сервис «Мобильный банк» (более 23 млн активных пользователей);
- одна из крупнейших в мире сетей банкоматов и терминалов самообслуживания (более 90 тыс. устройств).

Кроме того, Сбербанк Онлайн был признан лучшим розничным онлайн банкингом в странах Центральной и Восточной Европе по мнению журнала *Global Finance* в 2014 и 2017 годах, а также признан лучшим банком в России по итогам исследования, проведенного этим журналом в 2015 году.

Сбербанк является крупнейшим эмитентом дебетовых и кредитных карт. Совместный банк, созданный Сбербанком и BNP Paribas, занимается POS-кредитованием под брендом Cetelem, используя концепцию «ответственного кредитования».

Среди клиентов Сбербанка — более 1 млн предприятий (из 4,5 млн зарегистрированных юридических лиц в России). Банк обслуживает все группы корпоративных клиентов, причем на долю малых и средних компаний приходится более 35% корпоративного кредитного портфеля банка. Оставшаяся часть — это кредитование крупных и крупнейших корпоративных клиентов.

Сбербанк сегодня — это команда, в которую входят более 260 тыс. квалифицированных сотрудников, работающих над превращением банка в лучшую сервисную компанию с продуктами и услугами мирового уровня [33].

Сбербанк сегодня — это мощный современный банк, который стремительно трансформируется в один из крупнейших мировых финансовых институтов. В последние годы Сбербанк существенно расширил свое международное присутствие. Помимо стран СНГ (Казахстан, Украина и

Беларусь), Сбербанк представлен в девяти странах Центральной и Восточной Европы (Sberbank Europe AG, бывший Volksbank International) и в Турции (DenizBank).

Сделка по покупке DenizBank была завершена в сентябре 2012 года и стала крупнейшим приобретением за более чем 170-летнюю историю Банка. Сбербанк России также имеет представительства в Германии и Китае, филиал в Индии, работает в Швейцарии.

В июле 2014 года Сбербанк занял первое место среди банков Центральной и Восточной Европы, а также 33-е место в общем зачете в ежегодном рейтинге «ТОП 1000 банков» мира, опубликованных журналом The Banker.

Сбербанк занял первое место среди банков Центральной и Восточной Европы в опубликованном рейтинге топ-1000 крупнейших банков мира британского журнала The Banker, составленном на базе отчетности за 2017 год.

Основным акционером и учредителем Сбербанка России является Центральный банк Российской Федерации, который владеет 50% уставного капитала плюс одна голосующая акция. Другими акционерами Банка являются международные и российские инвесторы.

Организационная структура ПАО Сбербанк приведена на рисунке 1.

Органами управления Сбербанк являются: общее собрание акционеров, наблюдательный совет, правление Банка. Возглавляет Правление Президент (председатель Правления Банка). С ноября 2007 года эту должность занимает Герман Оскарович Греф [33].

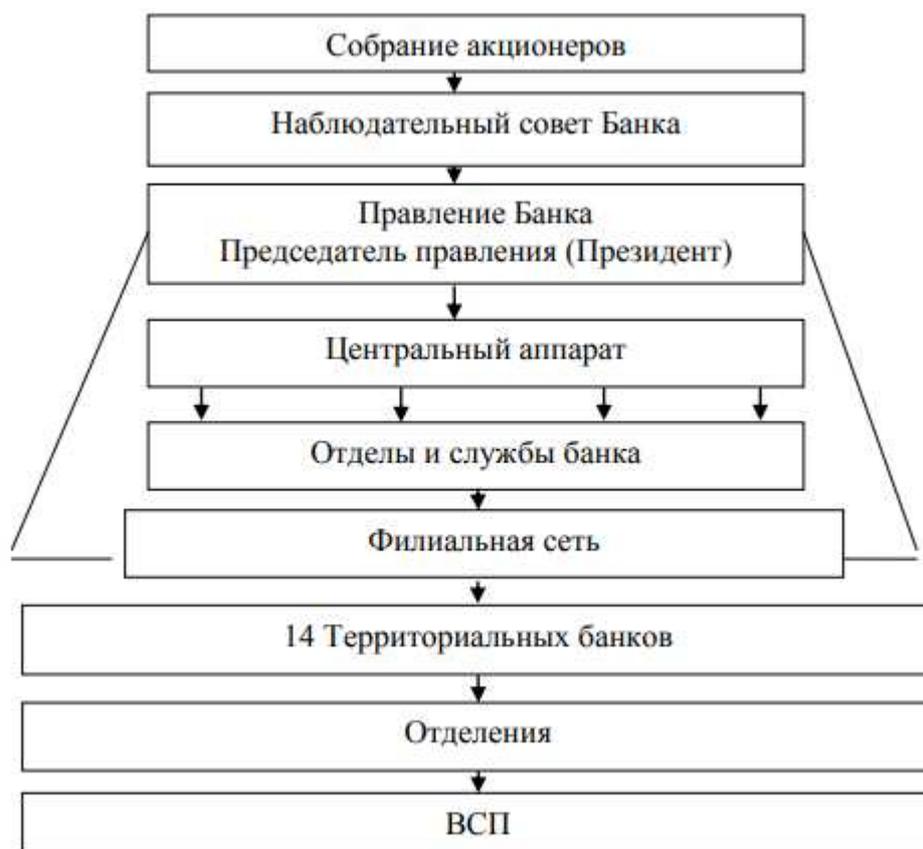


Рисунок 1 – Организационная структура ПАО «Сбербанк»

Как видно из рисунка 1, по своей организационной структуре ПАО Сбербанк представляет собой многоуровневую систему, которая не имеет аналогов среди других акционерных банков в России. Она включает в себя территориальные банки, а также низовые учреждения: отделения и филиалы (более 16,5 тыс. подразделений в 83 субъектах Российской Федерации, расположенных на территории 11-часовых поясов).

Территориальные банки и отделения действуют на основе положения об этих учреждениях, утвержденного Советом директоров, и входят в единую организационную структуру Сбербанка, обладают правами юридических лиц, осуществляют свои функции, руководствуясь актами Центрального банка РФ и ПАО Сбербанк.

Банк работает на основании Генеральной лицензии на осуществление банковских операций со средствами в рублях и иностранной валюте №1481, выданной Банком России. Кроме того, Банк имеет отдельные лицензии на

ведение банковских операций с драгоценными металлами, лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг на ведение брокерской, дилерской, депозитарной деятельности, а также на деятельность по управлению ценными бумагами, лицензию на заключение договоров с биржевым посредником в биржевой торговле и др. На основании имеющихся лицензий, ПАО Сбербанк предлагает розничным клиентам широкий спектр банковских продуктов и услуг, включая депозиты, различные виды кредитования (потребительские кредиты, автокредиты и ипотеку), а также банковские карты, денежные переводы, банковское страхование и брокерские услуги. Также ПАО Сбербанк обслуживает все группы корпоративных клиентов.

Банк также предлагает депозиты, расчетные услуги, проектное, торговое и экспортное финансирование, услуги по управлению денежными средствами и прочие банковские продукты.

Проведем небольшой анализ выбранного банка. На рисунке 2 представлена структура баланса ПАО «Сбербанк».

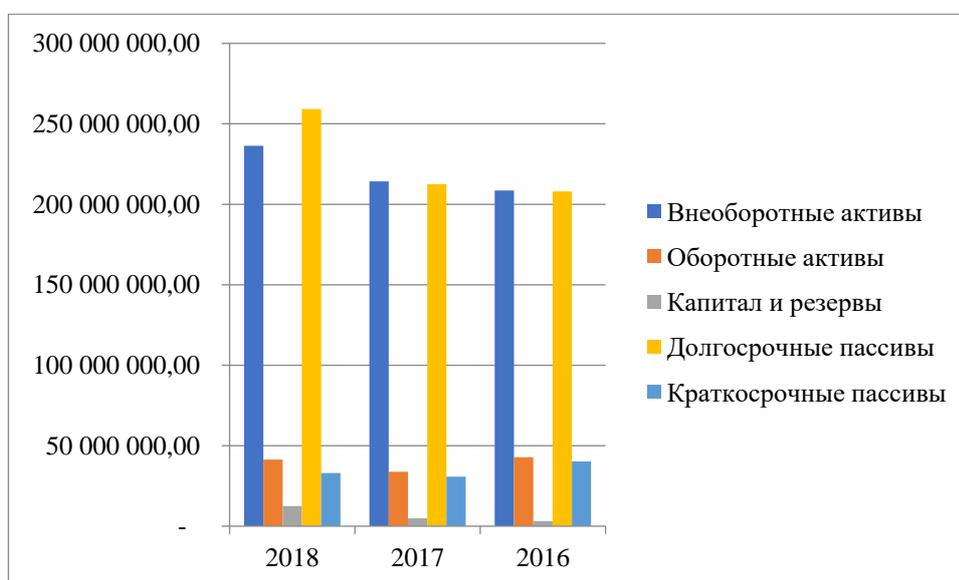


Рисунок 2 – Структура баланса ПАО «Сбербанк»

Как можно увидеть, что большую часть активов предприятия составляют внеоборотные активы и их количество увеличивается с каждым годом, что обусловлено общим ростом валюты баланса.

Большую часть внеоборотных активов в компании составляют доходные вложения в материальные ценности и финансовые вложения, что может быть обусловлено вложением предприятия в свои дочерние предприятия, так как известно, что ПАО «Сбербанк» имеет множество дочерних предприятий.

Из источников формирования активов преобладают долгосрочные пассивы, которые также имеют тенденцию к росту. Данный факт может быть обусловлен тем, что ПАО «Сбербанк» по большей части является государственным банком, и ему оказывается государственная поддержка в виде финансирования.

В таблице 2 представлены показатели ликвидности предприятия, которые отражают способность предприятия отвечать по своим краткосрочным обязательствам.

Таблица 2 – Показатели ликвидности предприятия

	2018	2017	2016	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,22	0,13	0,15	0,25-0,35
Коэффициент срочной ликвидности	0,90	0,86	0,75	0,8-1,2
Коэффициент текущей ликвидности	1,25	1,10	1,07	1,5-3

Как можно увидеть коэффициент абсолютной ликвидности находится очень близко к нормативному значению, однако все равно остается мал. Абсолютная ликвидность показывает способность предприятия покрыть свои текущие обязательства за счет наиболее ликвидных активов, как денежные средства и их эквиваленты. Данный показатель растет с каждым годом, что может свидетельствовать о росте денежных средств в предприятие.

Коэффициент срочной ликвидности включает в себя расчет таких показателей, как дебиторская задолженность и денежные средства. Данный

коэффициент также имеет тенденцию к росту, однако находится в нижней границе нормативных значений.

Текущая ликвидность показывает возможность предприятия отвечать по своим обязательствам всеми оборотными активами, показатель также растет, но по-прежнему не входит в норму.

Чтобы улучшить свою платежеспособность предприятие может часть краткосрочных пассивов перенести в долгосрочные.

В таблице 3 представлены показатели финансовой устойчивости предприятия.

Таблица 3 – Коэффициенты финансовой устойчивости предприятия

Показатели	Рекомендуемое значение	Значение показателя		
		2018	2017	2016
1. Коэффициент автономии (коэффициент независимости), %	> 40%	4%	2%	1%
1. Коэффициент левериджа	< 2,5	24,37	50,64	79,23
2. Коэффициент долга, %	< 60%	96%	98%	99%

Как можно увидеть, что предприятие полностью зависит от заемных источников, а именно коэффициент автономии на 2018 год составляет 4%, в то время как коэффициент долга составляет 98%. Как уже было сказано, что ПАО «Сбербанк» пользуется государственной поддержкой, этим обусловлен большой коэффициент зависимости.

2.2 Анализ системы кредитования малого бизнеса на примере ПАО «Сбербанк»

Для малого и среднего бизнеса ПАО «Сбербанк» в настоящий момент имеет множество программ для кредитования.

Программы предусматривают различное целевое использование займа. В зависимости от направления финансирования, отличаются и диапазоны

условий. Кредит для малого бизнеса в Сбербанке может предназначаться для решения нескольких задач бизнеса.

Для наглядности данную информацию представим в виде таблицы (таблица 4).

Таблица 4– Кредитные продукты для малого и среднего бизнеса ПАО «Сбербанк»

Программа	Описание	Условия
Бизнес-оборот	Если предприятию необходимы деньги на текущие расходы, связанные с производственной деятельностью, можно воспользоваться этой программой. Программа Бизнес-оборот позиционирована на предприятия с годовым доходом до 400 млн руб.	<ul style="list-style-type: none"> • минимальная процентная ставка составляет 11,8% годовых; • предельный срок – четыре года; минимальная сумма – 150 тыс. руб.
Бизнес-овердрафт	Программа представляет собой некий кредитный лимит, в пределах которого клиенту разрешается «уходить в минус», если средств на счёте не хватает на оплату текущих нужд.	<ul style="list-style-type: none"> • минимальная процентная ставка составляет 12,73% годовых; • предельный срок – один год; минимальная сумма – 17 млн. руб.
Рефинансирование	Рефинансирование займов других финансовых учреждений производится по трём пакетам, общим для которых являются требования к ограничению годового оборота до 400 млн. руб. и отсутствие просроченных долговых обязательств к сторонним кредиторам.	<ul style="list-style-type: none"> • Рефинансирование бизнес-оборота. Сходство названия обусловлено тем, что в данном случае рефинансируются кредиты, взятые для закупки оборотных средств не в Сбербанке, а в других банках. Минимальная сумма – 3 млн. руб. при ставке 14,55%.

Продолжение таблицы 4

		<p>•Бизнес-Инвест. Как ясно из названия, речь о рефинансировании инвестиций и кредитов, взятых на модернизацию или ремонт основных средств производства. Минимальная сумма – 3 млн. руб. при ставке 14,48% годовых. Кредит предоставляется на срок до десяти лет.</p> <p>Бизнес-Недвижимость. Название программы тоже «говорящее». Приобретённую в кредит других заёмщиков недвижимость Сбербанк рефинансирует на сумму до 150 тыс. руб. со сроком погашения до десяти лет по годовой ставке 14,28%.</p>
Корпоративное кредитования	<p>Программа предлагается юридическим лицам, давно сотрудничающим со Сбербанком и имеющим хорошую репутацию. Корпоративное кредитование подразумевает применение индивидуальных льготных ставок, зависящих в том числе от «стажа» обслуживания, хотя влияют и другие факторы, важнейший из которых – оборот. Оформляется обычно без залога и поручителей.</p>	

Окончание таблицы 4

<p>«Доверие»</p>	<p>Специальный кредит Сбербанка «Доверие» преимущественно предназначен для малого бизнеса (с годовым оборотом до 60 млн. руб.), в том числе для ИП, хотя этим предложением могут воспользоваться также средние и крупные фирмы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • возможность взять кредит индивидуальным предпринимателям без залога и поручителей (процентная ставка при этом будет несколько более высокой) простота и быстрота оформления (до трёх дней); • сумма до 3 млн. руб.; • благоприятная годовая ставка; <p>отсутствие обязательного целевого назначения, что тоже особо ценно для индивидуальных предпринимателей.</p>
<p>Кредит для бизнеса с нуля</p>	<p>Преграду в виде отсутствия или недостатка начального капитала гражданин, решившийся на открытие собственного дела, преодолеть может. В Сбербанке взять кредит под бизнес-план начинающим предпринимателям позволяет программа Бизнес-Старт. Чтобы получить финансирование, необходимо выполнить ряд обязательных требований.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Срок погашения – до 42 месяцев; • Минимальная сумма займа – 100 тыс. руб., максимальная – 3 млн. руб.; • Тип погашения – аннуитетный, то есть равными долями; • Размер процентной ставки зависит от оговоренного срока кредитования: от полугода до двух лет – 17,5%; от двух до трёх с половиной лет (42 месяцев) – 18,5%; <p>Обязательное предоставление бизнес-плана.</p>

Малому и среднему бизнесу Сбербанк предлагает несколько программ кредитования на приемлемых условиях. При этом каждой ситуации соответствует собственная целевая направленность займа:

1. Для оперативного пополнения оборотных средств – программы «Бизнес-Оборот» и «Бизнес-Доверие».
2. На приобретение оборудования берётся кредит «Бизнес-Актив», «Экспресс-Актив» или «Бизнес-Инвест».
3. Для приобретения автотранспорта лучше всего воспользоваться программами «Бизнес-Авто» или «Экспресс-Авто».
4. Производственные площади, склады, офисы – «Бизнес-Недвижимость» (покупка) или «Бизнес-Рента» (аренда).
5. Для инвестиций заёмных средств в инженерные разработки лучше всего подойдёт кредитная программа «Бизнес-Проект».
6. Для начинающих предпринимателей оптимален пакет «Бизнес-Старт».

Столь широкое разнообразие объясняется простотой классификации целевого назначения кредита как банковского продукта. Процентная ставка зависит от суммы, сроков, степени обеспеченности и других характеристик.

В 2018 году кредитный портфель для малого и среднего бизнеса в ПАО «Сбербанк» составил 1 214 613 млн. рублей, что на 16,9% больше, чем в 2017 году – 1 039 269 млн. рублей.

Вследствие увеличения объема выдач портфель кредитов, предоставленных МСБ, в 2017 году впервые за несколько лет демонстрирует прирост. За 1-е полугодие прошлого года объем задолженности субъектов МСП увеличился на 8% и составил 4,8 трлн рублей, что на 171 млрд рублей превысило результаты аналогичного периода 2016-го. В августе 2017 года ФНС обновила единый реестр субъектов МСП (далее – единый реестр): в него были впервые внесены сведения об акционерных обществах, которые соответствуют установленным законом требованиям по доле участия в капитале, а также обновлены данные о среднесписочной численности

работников и доходе от предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год. Вследствие обновления реестра из него было исключено свыше 600 тыс. организаций, утративших статус субъекта МСП. В результате переклассификации части заемщиков за август 2017 года совокупный объем задолженности субъектов МСП сократился на 700 млрд рублей, или на 14,5%, что переломило позитивный тренд рынка. По этой причине по итогам всего 2017 года, согласно официальной статистике Банка России, кредитный портфель МСБ показал сокращение на 7%. Однако без учета обновления единого реестра совокупный объем задолженности малых и средних предприятий, по оценкам агентства, за 2017-й прибавил 10%, показав положительные годовые темпы прироста впервые с 2014-го (рисунок 2)

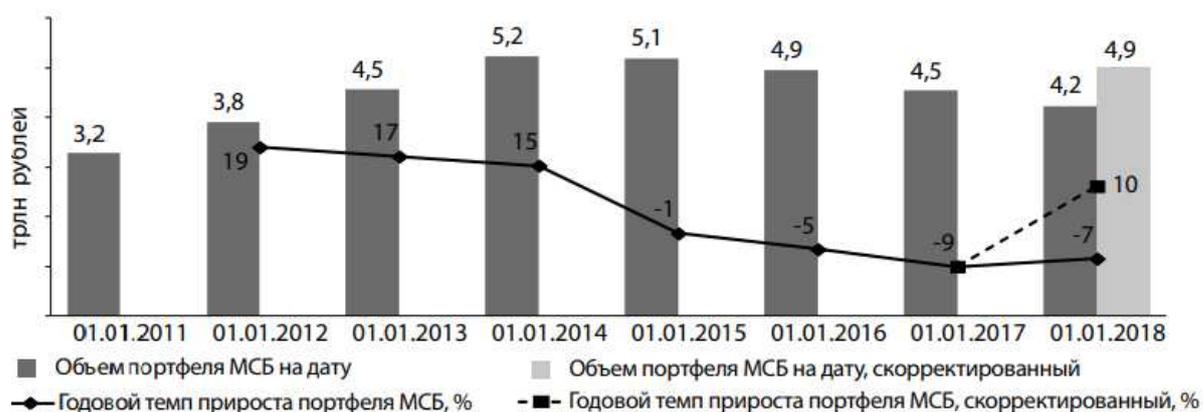


Рисунок 2 – Кредитный портфель малого и среднего бизнеса

В смежных сегментах по итогам 2017 года также наблюдается увеличение кредитных портфелей. Лидером рынка кредитования, как и в 2016-м, остается розничный сегмент, который демонстрирует максимальный прирост портфеля за последние три года (+12,7% за 2017-й) (рисунок 3). Полученные результаты значительно лучше показанных кредитованием крупного бизнеса – здесь положительный годовой прирост составил всего 1,4%.

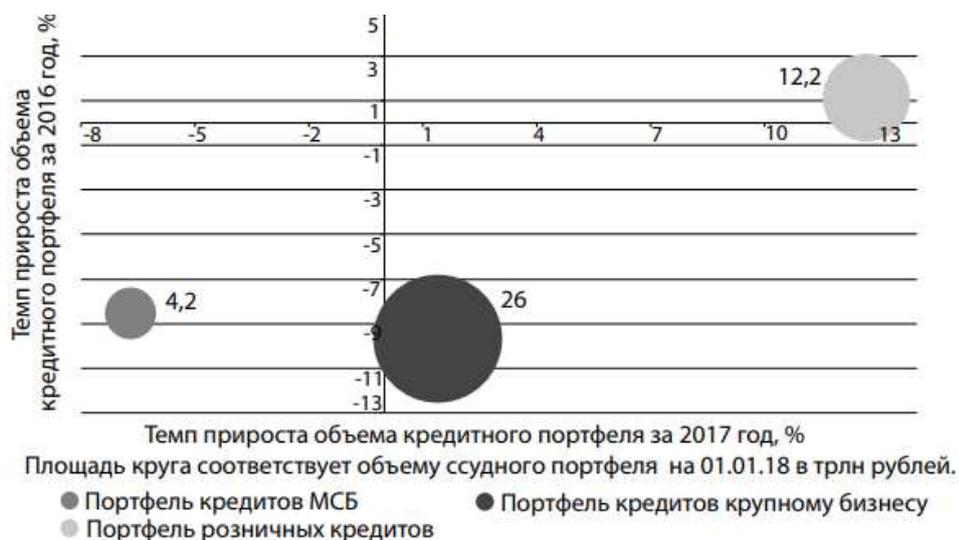


Рисунок 3 – Прирост кредитных сегментов

Крупные банки продолжили укреплять свои позиции на рынке кредитования МСБ, наращивая долю в общем объеме выданных кредитов. На сегодняшний день по выдаче кредитов для малого и среднего бизнеса лидирует ПАО «Сбербанк».

2.3 Основные преимущества и недостатки системы кредитования малого бизнеса в ПАО «Сбербанк»

Для предприятий малого и среднего бизнеса именно банковское кредитование чаще всего выступает источником дополнительных финансовых ресурсов, а порой и значительной долей первоначального капитала. Заемные средства банков – второй по значению источник инвестиций для небольших компаний (рисунок 4). Банки признают малый и средний бизнес перспективным каналом предоставления заемных средств, в связи с чем ежегодно расширяют спектр кредитных продуктов для ИП и ООО, в числе которых ныне займы на развитие бизнеса, инвестиционные кредиты, овердрафты и др.

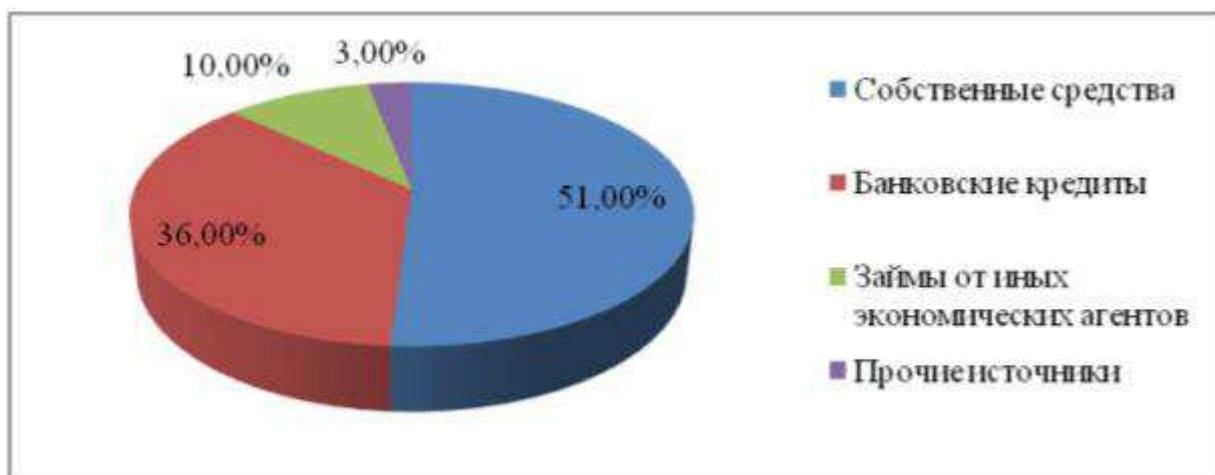


Рисунок 4 – Источники финансирования, используемые малыми и средними фирмами в РФ

Многие малые и средние предприятия ориентируются на потребительское кредитование как на источник средств для инвестирования, однако эта сфера в последнее время находится под усиленным регулированием надзорных органов, что требует прохождения значительного числа процедур в ходе оформления кредита. В свете указанных выше тенденций представляется целесообразным исследование условий и вариантов предоставления займов ИП и ООО коммерческими банками в России, выявление проблем в данном сегменте экономики, а также путей их разрешения.

Одной из причин нынешней стагнации экономики РФ можно считать и замедление темпов роста в секторе кредитования малого и среднего бизнеса. Ведь именно эти компании обеспечивают сокращение безработицы, формируют дополнительные поступления в госбюджет и стимулируют рост ВВП.

В настоящее время существует немало проблем в сфере кредитования российских малых и средних предприятий банками. Центральной же из них выступает доступность кредитных продуктов для предпринимателей, которая определяется рядом аспектов (рисунок 5).



Рисунок 5 – Факторы, снижающие доступность кредитных продуктов для предприятий малого и среднего бизнеса

Более активному развитию сектора кредитования малого и среднего бизнеса банками по территории страны препятствуют такие проблемы, как:

1. Отсутствие у коммерческих банков ресурсной возможности в открытии для ООО и ИП долгосрочных кредитных линий.

В итоге небольшие фирмы могут рассчитывать преимущественно на займы от 3 до 6 месяцев, которые могут быть использованы только на приобретение оборотных активов, тогда как требующие более емкого финансирования основные средства приходится приобретать за счет собственных средств;

2. Поскольку операционные затраты банков по работе с крупными и мелкими заемщиками равнозначны, то финансовым институтам невыгодно работать с субъектами малого и среднего бизнеса.

Простые процедуры работы с небольшими заемщиками в российском банковском секторе пока отсутствуют, что существенно тормозит развитие данной сферы.

3. Банки расценивают малый и средний бизнес в качестве ненадежных и рискованных клиентов.

В особенности, если речь идет о кредитах на развитие бизнеса для начинающих предпринимателей: здесь риск просроченной задолженности чрезвычайно велик. В итоге большинство финансовых институтов охотнее выдают кредиты крупным корпорациям.

4. Практика выдачи беззалоговых кредитов не имеет эффективной базы для оценки рисков.

В последние годы российские банковские учреждения стали выдавать предпринимателям беззалоговые займы на короткий срок, которые позволяют решать краткосрочные финансовые затруднения. Однако инструментария для адекватной оценки платежеспособности заемщиков большинство финансовых учреждений не имеет, что в итоге сказывается на качестве их кредитного портфеля.

5. Высокий уровень банковской маржи делает кредиты для малых фирм слишком дорогими. В России этот показатель составляет 6-7%.

Для сравнения – в США данный показатель составляет 2,5-3,2%, в ЕС – 2,5-4,6%, в Японии – 1,7-2,6%. По расчетам экономистов, маржа выше 3% не может предполагать сбалансированности спроса и предложения на банковском рынке.

Учитывая все приведенные выше обстоятельства, а также низкий уровень развития российского малого и среднего предпринимательства, в том числе его оторванность от общего процесса формирования предпринимательской среды, а также разрыв между реальными потребностями рынка и предложения, можно установить, что в ближайшие несколько лет на рынке кредитования малого и среднего бизнеса в РФ сохранится существующая ситуация. В частности, предпринимателям придется довольствоваться кредитными продуктами на срок от 3-х месяцев до 1 года с сохранением среднего уровня процентных ставок, покрывающих риски коммерческих банков.

Большинство банковских продуктов появились недавно, но уже содействовали решению важнейших проблем развития малого бизнеса. Таким

образом, с 2016 года ПАО Сбербанк начал уделять активное внимание сегменту малого предпринимательства и за 2016 – 2018 гг. удалось достичь существенных успехов в развитии продуктовой линейки, что существенно увеличило объемы кредитования.

Таблица 5 – Проблемы обслуживания малого бизнеса ПАО «Сбербанк»

Первоочередные проблемы развития малого бизнеса	Решения, предлагаемые ПАО Сбербанк
Нехватка информации для ведения предпринимательства	Проект «Школа предпринимательства». Мероприятия: обучение навыкам бизнеса, тестирование, обучение в центрах развития предпринимательства
Высокие налоги	Консультирование в сфере налогов; разъяснение официальной позиции ФНС; выступления работников ФНС (в центрах развития предпринимательства); снижение расходов на администрирование за счет программного обеспечения «Магазин».
Низкая доступность финансирования	Широкий спектр банковских продуктов для старта и развития предпринимательства с учетом нужд предпринимателей в финансовых ресурсах
Низкий спрос	Проект «Торговая площадка». Мероприятия проекта: электронные аукционы для МСБ на площадке Сбербанка; развитие банковского продукта «Госзаказ»
Неразвитость финансовой инфраструктуры	Финансирование промышленных парков; создание сети Центров развития предпринимательства ПАО Сбербанк; сотрудничество с фондами для предоставления поручительств по обязательствам субъектов малого бизнеса

Конечно, далеко не все проблемы ПАО Сбербанк может решить сам, но понимание потребностей своих клиентов дает возможность ориентироваться на то, что важно для них.

Согласно со Стратегией развития ПАО Сбербанк до 2020 года банк планирует стать ключевым банком-партнером для малого предпринимательства в стране. «Мы хотим, чтобы наши клиенты выбирали нас, так как наши продукты наиболее понятны, выгодны и удобны для них, так как они наилучшим образом соответствуют их интересам на каждом этапе развития их предприятий. Мы также хотим, чтобы наши клиенты приходили к нам, поскольку они уверены в том, что с нами они увеличивают вероятность успеха своего дела, будь то на стадии запуска или на этапе его развития. Мы уверены в том, что за счет масштаба проводимой работы мы можем оказать положительное влияние на развитие бизнеса в России».

Для реализации поставленных целей ПАО Сбербанк планируется действия по следующим направлениям:

- сформировать предложение для разных категорий малого бизнеса и соответствующий продуктовый ряд;
- построить модель обслуживания данного сегмента;
- реализовать ряд сопутствующих мероприятий, в части аналитики и систем управления взаимоотношениями с клиентами, построения многоканальной системы обслуживания и продаж, а также построения эффективной транзакционной платформы.

Итак, в последние годы на рынке кредитования малого бизнеса происходят достаточно значимые изменения. Банки и государство стали уделять данному сегменту большее внимание. Основным внешним источником предоставления финансовых ресурсов субъектам малого бизнеса в России выступает банковское кредитование. ПАО Сбербанк является основным банком-партнером малого бизнеса в стране.

Глава 3. Развитие методов кредитования малого и среднего предпринимательства

3.1 Анализ механизма кредитования малого предпринимательства на примере ООО «Мне Букет»

Компания ООО «Мне Букет» занимается оптово-розничной торговлей цветов, а именно роз различных видов. Так, например, в их ассортименте имеются три основных вида роз: Россия, Эквадор и мини роза, имея разнообразную цветовую гамму [31].

Так же деятельность компании не ограничилась территорией Красноярского края, сеть присутствует в таких областях, как Кемеровская, Томская и Омская.

Философия данной компании проста, она построена на творческом начале и эмоциональном обращении к каждому из клиентов. Стиль компании подразумевает под собой не дань моде и ее идеалам, не следование традициям, а умение всегда оставаться собой, отдаваться собственному миру вкусов, желаний и амбиций.

Основная сила – в проверенных временем партнерах и в признании наших клиентов.

Фирма на рынке цветочных услуг работает с 1995 года, имеет огромный накопленный опыт в этой области, годами собранный коллектив, постоянных партнеров и поставщиков. Круг клиентов очень велик, за время работы ими были и остаются: Администрация города, Сибирский химический комбинат, банки, офисные учреждения, а также огромное количество довольных покупателей. Довольных высоким качеством услуг, предлагаемым ассортиментом товаров и внимательным персоналом.

Основные направления деятельности салона [2]:

- Составление букетов любой сложности и направленности, композиций, корзин, игрушек из живых цветов, плюшевых букетов, букетов из конфет;

- Свадебная флористика:

- Букет невесты (каталог из 500 букетов),

- Бутоньерка для жениха,

- Букет дублер,

- Лепестки роз,

- Свадебное оформление банкетного зала живыми цветами, оформление праздничных столов композициями из живых цветов, оформление свадебных машин живыми цветами.

- Свадебные свечи, семейный очаг, свадебные подсвечники, свадебные бокалы, подарки на свадьбу, сувениры на свадьбу,

- Авторские приглашения на свадьбу, альбомы пожеланий, бонбоньерки, посадочные карточки.

- Оформление торжеств, вечеринок;

- Упаковка и оформление подарков, подарочных коробок;

- Изготовление авторских аксессуаров из живых цветов (ожерелья, браслета, венка, муфты);

- Доставка по Красноярску и Красноярскому краю, и по России.

Целью деятельности предприятия ООО «Мне Букет» является формирование на территории Красноярского края долгосрочной региональной системы поставки цветов как для частных лиц, так и для различных организаций, администраций и муниципальных учреждений [31].

Тактические цели:

- укрепление своего лидирующего положения;

- предоставление покупателям стабильного качества продуктов на уровне или выше уровня конкурентов;

- сосредоточение на высокорентабельной продукции;

Основным поставщиком банковских услуг предприятия ООО «Мне Букет» является ПАО «Сбербанк».

Предоставляет широкий спектр банковских услуг. Доля Сбербанка в общем объёме активов российского банковского сектора составляла на 1 января 2018 года 28,7 %. На рынке частных вкладов — 46 %. Кредитный портфель соответствовал 38,7 % всех выданных кредитов населению.

Одной из услуг, которой пользуется рассматриваемое предприятие у банка – это эквайринг.

Эквайринг — это услуга банка, позволяющая торговым предприятиям принимать от клиентов оплату по банковским картам. Такой способ расчета все шире распространяется в России, и клиенты охотно им пользуются. Доказано, что покупатели гораздо легче тратят деньги, расплачиваясь по картам, более склонны к спонтанным приобретениям. Но при выборе банка-эквайера предприятия часто ловятся на удочку низких комиссий, а после сожалеют о потерянных деньгах.

Ряд преимуществ эквайринга для торгово-сервисных предприятий:

- Увеличивается число держателей банковских карт (как дебетовых, так и кредитных), при этом все больше людей предпочитают расплачиваться этим платежным инструментом, а не носить в кошельке большие суммы наличных.
- Покупки по карте удобнее для туристов, особенно иностранных: в Европе и США это традиционный способ оплаты.
- Предприятие, пользующееся услугами эквайринга, снижает свои расходы на инкассацию.
- Кассиры испытывают меньше затруднений со сдачей, снижается риск потерять покупателя из-за необходимости размена купюр.
- Падает риск принять фальшивые купюры или подвергнуться хищению наличной выручки.

- Эквайринг важен и для интернет-магазинов: большинство клиентов предпочитает расплачиваться за заказ в Интернете с помощью банковских карт.

Также данное предприятие пользуется кредитованием у Сбербанка. Кредиты предприятие тратит на расширение масштабов сети, приобретение сырья, а также холодильного оборудования для хранения цветов.

В основном пользуется тарифом «Бизнес-Оборот». В рамках кредита «Бизнес-оборот» предоставляется возможность:

- приобрести сырье и полуфабрикаты для производства;
- пополнить товарные запасы;
- осуществить текущие расходы в рамках вашего бизнеса;
- сформировать гарантийные взносы на участие в тендерах (без предоставления имущественного обеспечения);
- погасить текущую задолженность перед другими банками.

Кредит «Бизнес-Оборот» Сбербанка предоставляется предприятиям с годовой выручкой не более 400 млн рублей. Срок кредитования от 1 до 48 месяцев под 11%.

Также, еще одна услуга, Сбербанка, которой пользуется предприятие – сберегательный вклад. У данного вклада имеется повышенный процент – 7%, а также минимальная сумма, которая должна лежать на счету – 100 000 рублей.

3.2 Выявление проблем устойчивого развития рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России

На основании исследования нормативно-правовых актов, научной литературы, периодических изданий, а также статистической информации касательно вопросов кредитования малого и среднего бизнеса в России, нами были выявлены проблемы устойчивого развития современного рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России.

Выявленные проблемы нами были условно разделены на следующие группы:

1 группа – Экономические и политические факторы.

2 группа – Факторы банковского уровня.

3 группа – Факторы уровня малого и среднего бизнеса.

Более подробно представим перечисленные выше группы проблем устойчивого развития рынка кредитования малого и среднего бизнеса на

рисунке 6.

Дадим краткую характеристику ряда выявленных проблем устойчивого развития, а также предложим по каждой из направлений совершенствования рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России.

1 группа – Экономические и политические факторы.

1. Уровень инфляции. Приведем официальные данные по годам: в 2010 г. – 13,3%; 2011 г. – 8,8%; 2012 г. – 8,78%; 2013 г. – 6,1%; 2014 г. – 6,58 %; 2015 г. – 6,5%; в 2016 г. – 11,36%; 2017 г. – 12,91%; 2018 г. – 5,38%. Вместе с тем следует отметить, что действительный уровень инфляции в стране гораздо выше (приблизительно в 1,5-2 раза). Его можно отследить по росту цен на ГСМ, продукты питания и коммунальные услуги [12].



Рисунок 6 – Проблемы устойчивого развития рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России (составлено авторами на основании [16])

2. Ключевая ставка Центрального Банка РФ. Действует довольно высокая ставка рефинансирования: в 2010 г. – 10,5 %; 2011 г. – 12,5 %; 2012 г. – 8,5 %; 2013 г. – 8,0 %; 2014 г. – 8,25 %; 2015 г. – 8,25%; 2016 г. – 8,25%; 2017г.–11%; 2018 г. – 10% [12].

Из приведенных данных видно, что только в последние годы можно говорить о стабильной динамике ставки рефинансирования в сторону понижения, что, в свою очередь, благоприятно сказалось, например, и на средней ставке кредитования малого бизнеса в ОАО «Сбербанк России». С 2013 года ставка рефинансирования стала носить второстепенное значение.

Теперь ключевая ставка Банка России выполняет роль индикатора денежно-кредитной политики.

3. Экономическо-политическая ситуация. Нестабильная экономическо-политическая ситуация в стране, высокий риск для предпринимательской деятельности.

4. Развитие института малого предпринимательства. Следует отметить недостаточно развитый институт малого и среднего предпринимательства, его невозможность содержать грамотных специалистов в нужном объеме.

2 группа – Проблемы, связанные с деятельностью банков.

1. Процентная ставка. Это один из основных вопросов, который волнует заемщиков. Банки кредитуют субъекты малого и среднего предпринимательства по довольно высоким ставкам. Процентная ставка зависит от нескольких факторов: финансовое состояние заемщика, срок кредитного договора и вид обеспечения кредита. Вид деятельности заемщика и целевое использование кредита не являются основанием для корректировки процентной ставки. Привлечение кредитных средств под 19,5% годовых торговым организациям и производственным предприятиям малого бизнеса невыгодно.

2. Специалисты. В банке зачастую отсутствуют высококвалифицированные сотрудники для качественного подхода к оценке кредитоспособности заемщика. Так, согласно исследованиям Пащенко Е.В. при анализе работы клиентских менеджеров и кредитных инспекторов в отделении одного из коммерческих, автор выявил факт отсутствия доступной обучающей площадки на анализируемой территории. Обучение сотрудников в основном осуществляют руководители и более опытные сотрудники. Большая часть знаний приходится на самообразование. Кадровый анализ показал, что за 2017 г. в отделе кредитования малого бизнеса текучка кадров составила 100 %. Менеджерами и кредитными инспекторами являются в основном молодые сотрудники в возрасте до 30 лет с отсутствием практического опыта работы. Банк не осуществляет подготовку кадров на позиции клиентских менеджеров и

кредитных инспекторов с позиций операционно-кассовых работников. Средний стаж работы в банке клиентского менеджера – менее одного года. Высокий темп работы, усложненные плановые задания также влияют на процент текучести. При отсутствии штата высококвалифицированных сотрудников осуществлять качественную политику кредитования малого и среднего бизнеса не представляется возможным.

3. Залогово-обеспечительная база. Это, безусловно, острая проблема для малых и средних предприятий при получении кредита. Производственное или торговое предприятие всегда располагает товарно-материальными ценностями, транспортными средствами. Однако имеющегося обеспечения недостаточно для покрытия обязательств.

3 группа – Факторы уровня малого и среднего бизнеса.

1. Start-up. Прежде всего, отметим затруднительное получение кредита при Start-up. Мы считаем, что для возможности решения вопроса кредитования Start-up необходима государственная поддержка проектов в виде обеспечения гарантии муниципалитета. Государственная гарантия является достаточно ликвидным видом обеспечения и отличным хеджированием кредитных рисков. Получить муниципальную гарантию субъектам малого и среднего предпринимательства, а особенно на инвестиционной фазе, практически невозможно. Предоставление муниципальной гарантии муниципалитетами осуществляется только в том случае, если это заложено в муниципальном бюджете.

2. Первоначальный взнос. Обязательный первоначальный взнос за кредит составляет 20% от стоимости имущества. Данный показатель обусловлен практикой ведущих банков. Малые и средние предприятия, как правило, не обладают собственными активами или обладает незначительной их стоимостью. При устойчивой деятельности оно стремится приобретать активы и, в первую очередь, за счет заемных средств. При принятии в качестве обеспечения кредита имущества заемщика банк всегда применяет поправочный коэффициент в зависимости от предмета залога. В банке

существуют разработанные методики кредитования малого и среднего бизнеса, которые подразумевают кредитование под залог приобретаемых активов, но при этом банк в обязательном порядке требует первоначальный взнос. Нередко стоимость оборудования является высокой для покупателя и аккумулировать свободные средства на его приобретение не всегда получается. Предприятия из-за подобных факторов отказываются модернизировать производство, менять машины и оборудование, что не лучшим образом сказывается на конкурентных преимуществах компании.

3. Небольшая сумма кредита. Зачастую потребность малого бизнеса может ограничиваться 50-100 тыс. руб. Банки действительно неохотно работают с такими суммами, поскольку трудозатраты по таким кредитным продуктам аналогичны затратам по более крупным проектам. Тем не менее, не нужно забывать о том, что малый бизнес не стоит на месте, он растет, и клиенты, которые кредитуются в одном банке, крайне редко переходят в другой. Необходимость наращивания перспективной клиентской базы и мониторинг качества обслуживания небольших заемных сумм - перспективные направления банковской деятельности.

4. Финансовая грамотность. По проведенным исследованиям можно заключить, что в РФ довольно низкая финансовая грамотность заемщиков. Незнание законодательства и финансовая безграмотность зачастую являются источником банкротства предприятий и предпринимателей. На сегодняшний день зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя довольно просто. Это осуществляется в течение одного дня, а пакет необходимых документов минимален.

3.3 Направления совершенствования кредитования малого и среднего бизнеса в России

В данных условиях, для устранения недостатков рекомендуются некоторые решения:

- снижение процентных ставок по кредитам для малого бизнеса;
- введение нового продукта для ПАО «Сбербанк»;
- повышение рекламного бюджета, направленного на увеличение клиентской базы в сфере малого предпринимательства.

Мы считаем, что банки должны дифференцировать процентную ставку в зависимости от вида деятельности заемщика. В результате проведенных исследований установлено, что целесообразно банкам и государству осуществлять субсидирование процентных ставок по инвестиционным кредитам малому бизнесу. Необходимо организовать работу по принципу «единого окна». Банкам при рассмотрении кредитных заявок по инвестиционным проектам малого бизнеса рекомендуется самостоятельно подавать данные по заемщику - малому бизнесу в Министерство экономического развития РФ для согласования объема государственных субсидий по каждому заемщику.

Для расширения клиентской базы ПАО «Сбербанк» предлагается ввести новый продукт кредитования малого бизнеса. Кредитный продукт под названием «Простой бизнес» предназначен для тех, кто только собирается вступить в ряды малого предпринимательства в Красноярском крае.

Введение нового кредита обусловлено тем, что в настоящее время жители города Красноярска проявляют всё больший интерес к малому бизнесу. Люди начинают рассматривать потенциальные источники привлечения стартового капитала на открытие своего дела, соизмеряя свои возможности.

Проведя небольшой анализ, было выявлено, что чаще всего начинающий предприниматель обращается за финансовой поддержкой к банку. Для привлечения большого количества желающих получить такую помощь, создан

новый продукт, цель которого удовлетворить потребности потенциальных предпринимателей в городе Красноярске.

Продукт направлен на увеличение объема кредитования малого бизнеса, а также стимулирования развития малого бизнеса в городе Красноярске.

Далее представлено описание нового продукта.

Таблица 6 – Новый кредитный продукт

Название кредита	«Простой бизнес»
Цель кредита	Создание своего бизнеса с нуля
Срок кредита	Рассчитывается индивидуально, от 1 года лет
Сумма кредита	От 50 000 до 1 000 000 руб.
Кредит предоставляется	Юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям
Порядок погашения	По истечении 3 месяцев ежемесячно равными платежами
Валюта	Рубли
Поручительство	Необязательно, если несколько собственников, поручителями выступают все лица
Ставка	16%
Требования	Компания регистрируется в регионе присутствия банка Поручитель постоянно зарегистрирован в регионе присутствия банка Наличие бизнес-плана

Из таблицы 6 видно, что банк не предъявляет жестких требований к потенциальному заемщику, не требует залога при займе от 200 000 руб. и не требует обязательного наличия заемщика. Так же банк не требует погашать кредит в течение первых трех месяцев работы предпринимателя. Это позволяет предпринимателю адаптироваться в своем бизнесе, не задумываясь об обязательствах перед банком. Так же новый кредитный продукт предлагает достаточно низкую процентную ставку (16 %), что положительно сказывается на денежных потоках вновь созданной организации заемщика.

Помимо того, что продукт предназначен для увеличения доли кредитования малого бизнеса в городе Красноярск, продукт также увеличит показатели эффективности работы.

Для того чтобы продукт начал пользоваться спросом нужно создать рекламный бюджет. Целевая аудитория – молодые амбициозные люди от 20 до 30 лет, которые заканчивают высшее учебное заведение либо только начинают строить карьеру. Для рекламы будут использоваться, ТВ каналы и Радиостанции, наиболее популярные у молодого населения, а также некоторые востребованные сайты в интернете, позволяющие размещение подобной рекламы.

Для обоснования эффективности введения нового продукта в ПАО «Сбербанк» необходимо провести расчеты показателей чистой прибыли, рентабельности, объемов кредитования малого бизнеса в абсолютном и относительном значении.

Цель проекта заключается в основном в увеличении прибыли банка, и привлечении как можно большего количества потенциальных представителей малого бизнеса. Имея новый продукт, в первую очередь, необходимо рассчитать, как его внедрение отразится на финансовом состоянии офиса.

Необходимо проанализировать какое количество клиентов можно привлечь на данную программу кредитования, какие перспективы у данного кредитования, и какие потенциальные доходы может получить банк.

В первый год продукт не будет пользоваться большим спросом. Для начала выявим количество потенциальных клиентов.

Открытие бизнеса рассчитано в основном на молодых амбициозных людей, в возрасте от 20 до 30 лет, так как именно молодое поколение это источник новых идей и направлений в бизнесе. Изучив рынок, планируется, что после внедрения рекламы нового продукта, в первый год с идеей создания своего бизнеса с нуля, в банк обратятся 78 человек. Из них в процессе рассмотрения заявки, а также принятия решения о выдаче кредита отсеются около 74 % всей группы. Остаются около 20 клиентов банка. В процессе

работы с новыми клиентами банка им будет содействовать в корректировке бизнес-плана новый, специально обученный сотрудник. Этот сотрудник может выполнять функции, как рядового кредитного специалиста, так и оказывать помощь в составлении бизнес-плана для клиентов, оформляющих кредит на открытие собственного бизнеса «Просто бизнес».

Для начала рассчитаем величину полученных процентов:

Кредит выдается под 16 % годовых, проценты начисляются на всю сумму задолженности. Возьмем среднюю сумму кредита 307 020 руб.

Проценты полученные:

$$(307\,020 * 16\%) * 20 = 982\,464,3 \text{ руб.}$$

Доход от открытия расчетного счета – 5% от суммы, будем считать, что клиент сразу снимает всю сумму кредита:

$$(307\,020 * 0,5\%) * 20 = 30\,702 \text{ руб.}$$

Суммируя полученные доходы: $982\,464,3 + 30\,702 = 1\,013\,166,3$ руб.

Дополнительно полученные денежные средства банка в сумме 1 013 166,3 руб. будут распределены следующим образом:

- оплата труда одного специалиста в год – 240 000 руб.;
- расходы на технико-технологическое сопровождение банковских операций – 37 000 руб.;
- рекламный бюджет 380 000 руб.;
- прочие расходы – 12 546,8 руб.;
- налог на прибыль – 185 486,7 руб.

В результате чистая прибыль, от введения нового продукта кредитования «Простой бизнес» составила:

$$\text{ЧП} = 1\,013\,166,3 - 240\,000 - 37\,000 - 12\,546,8 - 185\,486,7 - 380\,000 = 127\,400 \text{ рублей.}$$

С помощью показателя чистой прибыли, можно рассчитать показатели рентабельности.

Таблица 7 – Основные показатели эффективности нового продукта

Наименование	Значение
Доходы	1 013 166,3
Расходы	885 766,3
Чистая прибыль	127 400
Общая рентабельность по доходам, в процентах	12
Общая рентабельность, в процентах	14

Данные из таблицы 7 свидетельствуют об эффективности внедрения нового продукта. Таким образом, показатель чистой прибыли составит 127 400 руб. что положительно скажется на результативности деятельности банка. Также об улучшении ключевых показателей свидетельствуют показатели рентабельности. Общая рентабельность составила 14 %. Это говорит о том, что с новым продуктом банк повысит свою конкурентоспособность.

Таблица 8 – Прогнозные показатели от внедрения продукта

Показатель	Прогноз, тыс. руб				
	2-е полугодие 2019 г. – 1 полугодие 2020 г.	2-е полугодие 2020 г. – 1 полугодие 2021 г.	2-е полугодие 2021 г. – 1 полугодие 2022 г.	За 1-й год проекта	За 2-й год проекта
Доходы	1 013 166,3	1 367 774,5	1 490 874,2	35,00	9,00
Расходы	885 766,3	1 173 143	1 263 310	32,44	7,69
Чистая прибыль	127 400	194 632	227 564	52,77	16,92

Из таблицы 8 видно, что в каждом периоде растут доходы, самый высокий темп прироста отмечается за первый год (35,1 %), также растут и расходы, темп прироста за первый год составит 32,4 %. Планируется увеличение прибыли, на конец второго года показатель составил 194 632

рубля. В относительном изменении чистая прибыль увеличилась на 52,7 % за первый год, и на 16,9 % за второй год.

Таблица 9 – Прогнозные показатели эффективности после внедрения нового продукта

Показатель	Прогноз, тыс.руб.		
	2-е полугодие 2019 г. – 1 полугодие 2020 г.	2-е полугодие 2020 г. – 1 полугодие 2021 г.	2-е полугодие 2021 г. – 1 полугодие 2022 г.
Общая рентабельность по доходам в процентах	12,6	14,2	15,2
Общая рентабельность в процентах	14,4	16,6	18,1

Данные из таблицы 9 свидетельствуют об эффективности внедрения нового продукта. Уровень рентабельности по доходам растет, в первый год показатель составил 12,6 %, в последний год вырос до 15,2 %.

Положительно сказывается на работе офиса увеличение показателя общей рентабельности. В первом году рентабельность показала 14,4 %, а в третьем году показатель ожидается на уровне 18,1 %.

Таким образом, исходя из анализа эффективности внедрения нового продукта «Просто бизнес» банк не только повышает уровень рентабельности на 14,4 %, увеличивает показатель чистой прибыли ПАО «Сбербанк» на 127 400 рублей за первый год, а также и устраняем выявленные недостатки, увеличив объемы кредитования малого бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная дипломная работа состоит из трех частей, целью которых было совершенствование кредитной политики в области кредитования малого и среднего бизнеса.

Первая часть раскрывает сущность и дает понятия среднего и малого бизнеса, раскрывает основы кредитования, а также методы оценки конкурентоспособности предприятия.

Малое предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность, осуществляемая на свой риск и под свою имущественную ответственность для получения прибыли, субъекты которой определяются такими критериями, как численность персонала, размер уставного капитала, величина актива, объем оборота и др.

Программы финансирования малого бизнеса — это решения, связанные с поддержанием наиболее динамичного сектора экономики с целью обеспечения стабильности финансово-инвестиционной системы как наиболее сложной, что отвечает интересам всех граждан страны (предотвращение обесценения вкладов, сохранение рабочих мест и т.п.).

Более активному развитию сектора кредитования малого и среднего бизнеса банками и его разнообразия по территории России препятствуют такие проблемы, как:

1. Отсутствие у коммерческих банков ресурсной возможности в открытии для малого и среднего бизнеса долгосрочных кредитных линий.
2. В связи с тем, что операционные затраты банков по работе с крупными и мелкими заемщиками равнозначны, то кредитным институтам невыгодно работать с субъектами малого и среднего бизнеса.
3. Многие банки рассматривают малый и средний бизнес в качестве ненадежных и рискованных клиентов.

4. Практика выдачи беззалоговых кредитов не имеет эффективной базы для оценки рисков.

5. Высокий уровень банковской маржи делает кредиты для малого и среднего бизнеса слишком дорогими.

Современные практические методы оценки кредитоспособности заемщиков в коммерческих банках основываются на применении многообразных финансовых и нефинансовых критериев. К их числу относятся: 1) классификационные модели; 2) модели на основе комплексного анализа. Классификационные модели дают возможность группировать заемщиков: прогнозные модели позволяют дифференцировать их в зависимости от вероятности банкротства; рейтинговые – в зависимости от их категории, устанавливаемой с помощью группы рассчитываемых финансовых коэффициентов и присваиваемых им уровней значимости.

Во второй главе происходило исследование кредитования малого и среднего бизнеса на примере ПАО «Сбербанк».

Сбербанк сегодня — это кровеносная система российской экономики, треть ее банковской системы.

Для малого и среднего бизнеса ПАО «Сбербанк» в настоящий момент имеет множество программ для кредитования.

При этом каждой ситуации соответствует собственная целевая направленность займа:

1. Для оперативного пополнения оборотных средств – программы «Бизнес-Оборот» и «Бизнес-Доверие».

2. На приобретение оборудования берётся кредит «Бизнес-Актив», «Экспресс-Актив» или «Бизнес-Инвест».

3. Для приобретения автотранспорта лучше всего воспользоваться программами «Бизнес-Авто» или «Экспресс-Авто».

4. Производственные площади, склады, офисы – «Бизнес-Недвижимость» (покупка) или «Бизнес-Рента» (аренда).

5. Для инвестиций заёмных средств в инженерные разработки лучше всего подойдёт кредитная программа «Бизнес-Проект».

6. Для начинающих предпринимателей оптимален пакет «Бизнес-Старт».

На сегодняшний день по выдаче кредитов для малого и среднего бизнеса лидирует ПАО «Сбербанк».

Более активному развитию сектора кредитования малого и среднего бизнеса банками по территории страны препятствуют такие проблемы, как:

1. Отсутствие у коммерческих банков ресурсной возможности в открытии для ООО и ИП долгосрочных кредитных линий.

2. Поскольку операционные затраты банков по работе с крупными и мелкими заемщиками равнозначны, то финансовым институтам невыгодно работать с субъектами малого и среднего бизнеса.

3. Банки расценивают малый и средний бизнес в качестве ненадежных и рискованных клиентов.

4. Практика выдачи беззалоговых кредитов не имеет эффективной базы для оценки рисков.

5. Высокий уровень банковской маржи делает кредиты для малых фирм слишком дорогими. В России этот показатель составляет 6-7%.

Третья глава была направлена на развитие методов кредитования малого и среднего предпринимательства. Мы разобрали механизм кредитования малого предпринимательства на примере ООО «Мне Букет». Компания ООО «Мне Букет» занимается оптово-розничной торговлей цветов, а именно роз различных видов. Основным поставщиком банковских услуг предприятия ООО «Мне Букет» является ПАО «Сбербанк». Одной из услуг, которой пользуется рассматриваемое предприятие у банка – это эквайринг. В основном пользуется тарифом «Бизнес-Оборот». Кредит «Бизнес-Оборот» Сбербанка предоставляется предприятиям с годовой выручкой не более 400 млн рублей. Срок кредитования от 1 до 48 месяцев под 11%.

Также, еще одна услуга, Сбербанки, которой пользуется предприятие – сберегательный вклад. У данного вклада имеется повышенный процент – 7%, а также минимальная сумма, которая должна лежать на счете – 100 000 рублей.

Также, в этой главе были выделены проблемы устойчивого развития рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России.

Выявленные проблемы нами были условно разделены на следующие группы:

1 группа – Экономические и политические факторы.

2 группа – Факторы банковского уровня.

3 группа – Факторы уровня малого и среднего бизнеса.

А в роли направлений для совершенствования кредитования малого и среднего бизнеса в России со стороны банка, были предложены следующие методы:

- снижение процентных ставок по кредитам для малого бизнеса;
- введение нового продукта для ПАО «Сбербанк»;
- повышение рекламного бюджета, направленного на увеличение клиентской базы в сфере малого предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агурбаш, Н. Г. Малое предпринимательство в России и промышленно развитых странах /Н. Г. Агурбаш.- М.:Анкил, 2015.- 345 с.
2. Андреев, В. К. Правовые проблемы малого предпринимательства / В. К. Андреев. - М.: Экзамен, 2016.-329 с
3. Андреева, И. О критериях выделения малого и среднего бизнеса // Общество и экономика. - 2016. - № 7. – С.43-47.
4. Белявская А.В. Кредитование среднего и малого бизнеса в России // Управление. Бизнес. Власть. – 2016. – № 1 (10). – С. 131-135.
5. Большой экономический словарь. М.: Институт новой экономики, 2002. С. 32.
6. Бочарова О. Н., Потокина С. А., Ланина О. И. Особенности и проблемы банковского кредитования малого и среднего предпринимательства на современном этапе //Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т. 9. – №. 4.
7. Бочарова О. Н., Потокина С. А., Ланина О. И. Особенности и проблемы банковского кредитования малого и среднего предпринимательства на современном этапе //Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т. 9. – №. 4.
8. Всяких М. В., Всяких Ю. В. Современные методы оценки кредитоспособности предприятия //Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – №. 3.
9. Всяких Ю.В., Шепелева И.В. Оценка кредитоспособности предприятия // Актуальные проблемы развития экономических, финансовых кредитных систем: материалы Междунар. науч.-практ. конф., г. Белгород, 10 сентября 2013 года / под науч. ред. М.В. Владыка, Т.Н. Флигинских, Т.А. Смирных. Белгород, 2013. С. 48–52.

10. Гончарова О. Ю. Кредитование малого бизнеса в современной России: проблемы и перспективы //Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – №. 14.
11. Дербенева Е. Н. Особенности и проблемы банковского кредитования малого и среднего бизнеса в России //Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2017. – №. 1.
12. Дербенева Е. Н. Особенности и проблемы банковского кредитования малого и среднего бизнеса в России //Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2017. – №. 1.
13. Заболоцкая В. В. Экономические основы кредитования предприятий малого бизнеса //Дайджест-финансы. – 2011. – №. 8.
14. Зайцева Е. В. О некоторых подходах к исследованию понятия и содержания категории «малое предпринимательство» //Научный альманах. – 2016. – №. 3-1. – С. 120-126.
15. Зарипова Г. М. Кредитование малого бизнеса в современных коммерческих банках России //Наука, образование и инновации: материалы Международной научно-практической конференции. Челябинск, Ч. 1. – 2015. – С. 115.
16. Капранова Л.Д. Кредитование малого и среднего бизнеса: проблемы и решения // Экономика и управление. – 2016. – № 1. – С. 106-113.
17. Кундрюцков Д. С. Проблемы банковского кредитования малого бизнеса в России и способы их решения //Российское предпринимательство. – 2008. – №. 7-1.
18. Куприянова Л. М., Соколинская Н. Э. Тенденции развития и особенности кредитования малого бизнеса в России //Экономика. Бизнес. Банки. – 2012. – №. S3. – С. 1-164.
19. Морковкин Д. Е., Дохолян С. Б. Совершенствование механизмов финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства как

фактор устойчивого развития экономики российских регионов //Региональные проблемы преобразования экономики. – 2015. – №. 10 (60).

20. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 "О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства"

21. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. Т. 1. М.: Республика, 1995. С. 65

22. Темякова Т. В., Манахова И. В. Малое предпринимательство: к вопросу о понятии //International scientific news 2017. – 2017. – С. 447-449.

23. Тумунбаярова Ж. Б. об определении понятия «малое предпринимательство» //Российское предпринимательство. – 2013. – №. 5 (227).

24. Тумунбаярова Ж. Б. об определении понятия «малое предпринимательство» //Российское предпринимательство. – 2013. – №. 5 (227).

25. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция)

26. Хамидуллин Ф.Ф. Развитие методологии исследования малого бизнеса // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 3/4 (19/20).

27. Цыганов А.А. Особенности конкуренции каналов продаж на страховом рынке Российской Федерации. М.: Синергия, 2014. С. 116.

28. Черобедова А. В. Особенности кредитования субъектов малого и среднего бизнеса //Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2017. – №. 3.

29. Чибисов А. А. Проблемы банковского кредитования малого бизнеса //Финансы и кредит. – 2010. – №. 6 (390).

30. Зуннунова Хулкар Мухторовна Кредитование малого бизнеса - залог развития страны // Достижения науки и образования. 2018. №5 (27)

[Электронный ресурс] Режим обращения:
<https://cyberleninka.ru/article/n/kreditovanie-malogo-biznesa-zalog-razvitiya-strany>.

31. ООО «Мне Букет» официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mnebuket.net/>.

32. Официальный сайт министерства экономического развития РФ. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/smallBusiness/>.

33. ПАО «Сбербанк» официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sberbank.ru/ru/person>.

34. Соловов Н. Н. Методы регулирования рынка банковских кредитов для малого бизнеса // Молодой ученый. — 2009. — №11. — С. 162-164. — [Электронный ресурс] Режим обращения: <https://moluch.ru/archive/11/626/>.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт экономики, управления и природопользования
Базовая кафедра «Сбербанка России»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой


Янкина И.А.
«04» 04 2019г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

направление 38.03.01. «Экономика»

профиль 38.03.01.01.07 «Финансы и кредит: банковское дело»

**«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

Руководитель



доц., канд. тех. наук

Шульгин Н.Б.

Выпускник



Рыбникова Е.А.

Красноярск 2019