

ПЕРСПЕКТИВЫ КРЕДИТОВАНИЯ БАНКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

А. И. Стефанович

соискатель,

Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь

А. И. Короткевич

кандидат экономических наук, доцент,

заведующий кафедрой банковской экономики,

Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь

Предоставление кредитов одно из основных направлений банковской деятельности. Процентные доходы, получаемые банками от клиентов за пользование кредитами, являются важным источником формирования конечной прибыли. Реализуя эту задачу банки сегодня разрабатывают кредитные продукты для различного сегмента рынка. К одному из таких сегментов, потенциальных кредитополучателей относятся субъекты малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: малый и средний бизнес; банки; кредитование; динамика кредитования; проблемы кредитования.

В утверждаемых банками кредитных политиках закрепляются подходы банков к предоставлению кредитов, в том числе определяются сегменты рынка кредитополучателей. Предприятия малого и среднего бизнеса рассматриваются банками как отдельное направление кредитования.

Формируя понимание о перспективах кредитования малого и среднего бизнеса, банкам необходимо иметь понимание, что стоит за этим словами, т. е. сформировать «портрет» этого клиента, выявить его потребности, а самое главное возможности. То, что для любого предприятия необходимо финансирование это очевидно, а вот способность предприятия грамотно использовать ресурсы в целях решения задачи по увеличению производительности труда, увеличению объема выручки, позволяющей как погашать задолженность перед кредиторами, в том числе перед банком, так и развивать бизнес это задача для предприятия.

Субъектами малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь являются индивидуальные предприниматели и организации. Организации малого и среднего бизнеса имеют следующую классификацию:

- микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;

- малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно;

- средние организации; к ним относятся зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно [1].

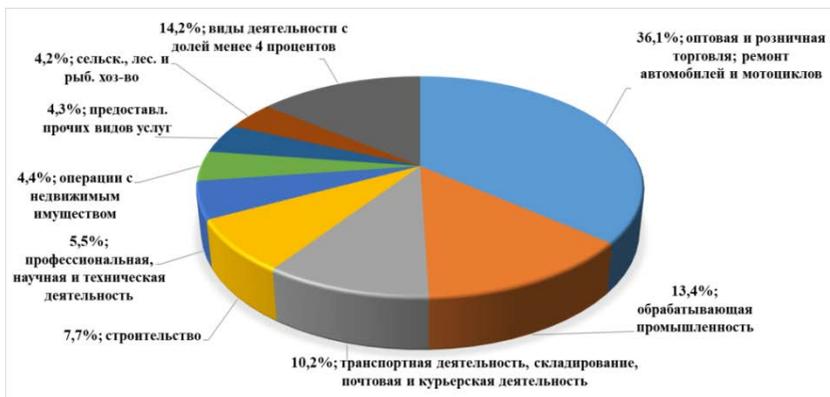
По состоянию на 1 января 2019 г. в Республике Беларусь хозяйственную деятельность осуществляли 241 тыс. индивидуальных предпринимателей и 111 тыс. организаций малого и среднего предпринимательства.

Таблица 1 – Статистика количества субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства	Значения по годам			Изменение (+, -)		Темп роста, %	
	2016	2017	2018	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
	107 382	109 971	111 214	2 589	1 243	102	101
средние организации	2 315	2 245	2 237	-70	-8	97	100
малые организации	11 779	11 872	11 528	93	-344	101	97
микроорганизации	93 288	95 854	97 449	2 566	1 595	103	102
индивидуальные предприниматели	235 995	236 138	241 300	143	5 162	100	102

Примечание - Источник: собственная разработка на основании [3].

Динамика количества субъектов хозяйствования рассматриваемого сегмента рынка за последние три года показывает увеличения их общего количества, что безусловно является положительным явлением. Вместе с тем отмечается уменьшение количества малых и средних организаций, при росте микро организаций, которые составляют 87 % от общего числа предприятий. Это свидетельствует о том, что частный бизнес на сегодняшний день не спешит расширяться. На это имеются различные причины. Основой причиной является отсутствие новых идей и направлений бизнеса. Малый и средний бизнес сегодня, как и в начале 90-х годов, т. е. начале формирования предпринимательства в Республике Беларусь занят в оптовой или розничной торговле.



Примечание - Источник: собственная разработка на основании [3].

Рисунок 1 - Распределение предприятий малого и среднего бизнеса по отраслям

Это логично, поскольку этот сегмент не требует больших капитальных вложений, в то же время обеспечивает быстрый оборот денег. В настоящее время не смотря на приход крупных сетей, доля рынков, киосков торгующих товарами народного потребления еще остается внушительной. В 2018 году функционировало 2876 магазинов принадлежащих малым и средним предприятиям, в том числе 724 продовольственных и 2152 непродовольственных, это на 30 % больше чем в 2016 году, однако следует отметить что если количество непродовольственных магазинов увеличилось на 34 %, то продовольственных – на 19 %. Отмечается снижение роста продовольственных магазинов сегмента предприятий малого и среднего бизнеса. Это свидетельствует о сложности в конкуренции с крупными торговыми сетями, которые благодаря своим масштабам могут позволить себе предлагать потребителям различные виды товаров повседневного спроса и что важно за счет снижения издержек предлагать по более привлекательной для потребителя цене.

По мнению специалистов, если говорить о торговле, то ниша малого и среднего бизнеса в торговле это создание специализированных магазинов по реализации какой-то отдельной группы товаров, например чая, кофе или мясных изделий, функционирование пекарен и т. д. В этом случае можно обеспечить широкий ассортимент продукции, узнаваемость брэнда. Специализация приведет к снижению издержек, соответственно к увеличению прибыли. Крупные предприятия, в том числе предприятия розничной торговли ориентированы на массовый спрос.

Конкурентное преимущество малых предприятий – удовлетворение индивидуального спроса.

Некоторые представители малого и среднего бизнеса называют одной из причин препятствующих росту – отсутствие капитала. С эти трудно согласиться. На сегодняшний день имеются различные источники финансирования малого и среднего бизнеса. Эти источники можно разделить на 2 группы:

- финансирование предоставляемое государством в качестве поддержки предпринимательства;

- финансирование, предоставляемое коммерческими банками.

Как правило, финансирование представляется по специальным программам, в том числе за счет ресурсов иностранных банков и организаций. Это позволяет сформировать приемлемые для малого и среднего бизнеса условия для кредитования, в том числе по процентной ставке.

Проблемой остается востребованность банковского кредита со стороны малого и среднего бизнеса. Этот сегмент не способен освоить кредиты, предлагаемые банком. Получается, что с одной стороны есть предложения, но нет спроса. Спроса реального, когда потребитель желает получить кредит, и способен его обслуживать, т.е. сгенерировать такие доходы, которые позволят уплатить проценты и вернуть долг.

Оценку эффективности показателей деятельности предприятий малого и среднего бизнеса можно дать по относительным показателям рентабельности.

Таблица 2 – Показатели рентабельности предприятий малого и среднего бизнеса

Показатели	Значение по годам, %			Изменение (+,-)		Темп роста,%	
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг	8,5	8,7	8,6	0	0	102	99
Рентабельность продаж	7	7,2	7,2	0	0	103	100

Примечание - Источник: собственная разработка на основании [3].

Как видно из приведенных данных рентабельность деятельности этого сегмента достаточно низкая и отсутствует динамика по ее увеличению.

Показатели рентабельности свидетельствуют о невысокой эффективности деятельности малого и среднего бизнеса либо есть предпосылки говорить о наличии его теневой составляющей.

Можно выделить следующие причины низкой рентабельности:

- снижение внутреннего спроса, насыщенность рынка;
- отсутствие новых товаров и услуг;
- отсутствие сбыта на внешних рынках;
- отсутствие средств на развитие предприятий, а также понимания путей этого развития;
- отсутствие желания развиваться

Анализ приведенных выше данных позволяет сделать вывод о перспективах кредитования этого сегмента экономики.

Преобладание индивидуальных предпринимателей и микроорганизаций позволяет говорить о том, что существенного роста объемов кредитного портфеля в этой области прогнозировать не приходится. Этот сегмент, ввиду своего масштаба деятельности, отсутствия обеспечения имеет потребность в небольших кредитах, как правило в текущую деятельность. Отрицательным фактором является низкие показатели рентабельности бизнеса. Это в свою очередь позволяет сделать вывод о большой степени риска предоставления таких кредитов. Также отрицательным является тот факт, что многие субъекты используют упрощенную систему ведения бухгалтерского учета, на основании которой трудно сделать какие-либо выводы о текущей и прогнозируемой деятельности. Проблемой для малого и среднего бизнеса могут стать и негативные явления на макроэкономическом уровне, которые могут привести к уменьшению доходов потенциальных покупателей и снижению спроса на товары и услуги.

Однако это не значит, что банки не должны уделять внимание этому направлению. Учитывая все условия развития малого и среднего бизнеса, риски необходимо разрабатывать соответствующие кредитные продукты. При разработке этих продуктов банками должно учитываться следующее:

- размер кредита должен рассчитываться исходя их имеющегося и прогнозируемого денежного потока;
- должны быть разработаны ключевые экономические параметры таких кредитов для оперативного рассмотрения заявок потенциальных клиентов;
- внедрена автоматизация рассмотрения заявок, на основании утвержденных параметров, использование систем скоринга.

Таким образом можно выделить два основных критерия кредитов малому и среднему бизнесу:

- оперативность рассмотрения;
- небольшие суммы.

Говоря о положительных тенденциях дальнейшего развития малого и среднего бизнеса, которые могут привести к увеличению эффективности кредитования для банков является то, что государство в настоящий момент проводит политику поддержки малого и среднего бизнеса.

В Республике Беларусь принят Закон Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства». В Законе определены условия и направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса, к которым относятся финансовая, имущественная, информационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства. Оказание содействия внешнеторговой деятельности, содействие подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров.

В рамках реализации Закона в стране созданы и функционируют центры поддержки предпринимательства, инкубаторы малого предпринимательства; учреждения финансовой поддержки предпринимателей.

Одними из важнейших документов, демонстрирующих внимание и государства к малому и среднему бизнесу являются Государственные Программы утверждаемые Советом Министров Республики Беларусь, определяющие ключевые параметры развития этого сегмента.

Так, Совет Министров Республики Беларусь 17 октября 2018 г. принял постановление № 743 «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года». Целью данного документа является формирование динамично развивающегося сектора малого и среднего предпринимательства, способного существенно улучшить структуру белорусской экономики, повысить ее конкурентоспособность, обеспечить эффективную занятость и рост доходов населения

В результате реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года при согласованных действиях органов государственной власти и бизнеса планируется к 2030 г. Довести долю субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме валовой добавленной стоимости до 50 %.

Таким образом в нашей стране создана и дальше совершенствуется институциональная среда для развития и роста малого и среднего бизнеса, создаются условия для нормального функционирования и поддержки малого бизнеса.

Библиографические ссылки

1. Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства».

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/> . – Дата доступа : 03.02.2020.

3. Статистический сборник Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2018 год «Малое и среднее предпринимательство». Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/> . – Дата доступа : 16.02.2020.

4. Статистический бюллетень выпуск в разрезе банков Малое и среднее предпринимательство. – Минск. - 2018. - № 10 (32).

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Л. И. Стефанович

доктор экономических наук, профессор кафедры банковской экономики,
Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь

L.Stefanovich@tut.by

Ю. В. Атрошенко

магистрант экономического факультета
Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь

yulia.atroshenko@yandex.by

Успешная деятельность банка на финансовом рынке во многом зависит от правильно выбранной стратегии развития для успешного и грамотного реагирования на различные воздействия извне. Анализируя внешнюю ситуацию, необходимо выделять наиболее существенные на конкретный период времени факторы. Таким образом, в результате исследования выявлена взаимосвязь слабых и сильных сторон банка с соответствующими возможностями угрозами организации, а также сформулированы выводы о проблемах, оказывающих влияние на необходимость изменения и совершенствования некоторых аспектов деятельности банка.

Ключевые слова: стратегическое планирование; SWOT-анализ; сильные стороны; репутация банка; финансовая эффективность.

Современной внешней среде присущи быстро меняющиеся условия, факторы и ужесточение конкуренции. Взаимосвязанное рассмотрение