

Андрей Батяев

Кредиты для малого бизнеса



Андрей Батяев

Кредиты для малого бизнеса

«Научная книга»

Батяев А. А.

Кредиты для малого бизнеса / А. А. Батяев — «Научная книга»,

© Батяев А. А.
© Научная книга

Содержание

Глава 1. Основы функционирования малого предпринимательства и предпосылки необходимости его кредитования	5
1. Экономическая сущность малого предпринимательства	5
2. Место малого предприятия в экономике страны	9
3. Малое предпринимательство как формирующийся рынок приложения кредитных ресурсов коммерческого банка	13
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Андрей Батяев

Кредиты для малого бизнеса

Глава 1. Основы функционирования малого предпринимательства и предпосылки необходимости его кредитования

1. Экономическая сущность малого предпринимательства

Опыт стран Запада, накопленный ими за время существования и развития их экономики в условиях капитализма, показывает, что основную, если даже не ведущую роль в капиталистической экономике играет малое предпринимательство.

Теоретики экономической науки зачастую подменяют понятие «малое предпринимательство» понятием «малый бизнес», что по сути одно и то же. Различие заключается лишь в сферах применения данных терминов. Понятием «малое предпринимательство» оперирует юридическая наука. Оно используется законодателями в нормативных актах, в то время как понятие «малый бизнес» – детище экономистов.

Теоретики и той и другой сфер научной деятельности работают над формулировкой определения «малого предпринимательства» или «малого бизнеса». В своей работе они характеризуют эти явления с различных точек зрения.

В частности, ученые определяют бизнес или предпринимательство как малое исходя из:

- численности рабочих мест, которые предоставляет данное предприятие;
- объемов прибыли, полученной предприятием за отчетный год;
- профиля его деятельности.

Рассмотрим вопрос о развитии малого и среднего предпринимательства в России.

Российские законодатели разработали и закрепили на законодательном уровне определение «субъекта малого предпринимательства», которое звучит следующим образом: «под субъектом малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25 %, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 %, и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней (малые предприятия):

- 1) промышленности – 100 человек;
- 2) в строительстве – 100 человек;
- 3) на транспорте – 100 человек;
- 4) в сельском хозяйстве – 60 человек;
- 5) в научно-технической сфере – 50 человек;
- 6) в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;
- 7) в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек».

Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» **субъектами малого предпринимательства** называет также физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Этот федеральный закон изменил само понятие субъекта по сравнению с ранее принятыми нормативными актами. Прежде всего, к субъектам малого

предпринимательства официально были отнесены индивидуальные предприниматели. Далее были изменены критерии численности работающих. Также были введены ограничения, касающиеся некоторых видов учредителей – государства, общественных и религиозных организаций, граждан и юридических лиц, не являющихся субъектами малого предпринимательства – их доля в капитале малого предприятия не должна превышать 25 %.

Теоретическими разработками в сфере изучения «малого предпринимательства» занимаются и западные ученые. Их исследования в области теории, в отличие от исследований российских ученых, основаны на богатой практике. Ведь свое легальное существование на территории нашей страны малый бизнес начал только в конце 1980-х – начале 1990-х гг. с появлением понятия «малое предприятие» в документе Совета Министров СССР в 1989 г. (протокол № 14 от 6 июня 1989 г.). Этот протокол предлагал считать малым предприятием юридические лица с бесцеховой структурой и числом работающих до ста человек. Однако законодательно данное понятие было закреплено годом позже, в Законе СССР от 4 июня 1990 г. № 1529-1 «О предприятиях в СССР».

Таким образом, что касается западного опыта, наиболее полным и интересным можно считать определение понятия «малое предпринимательство», разработанное комиссией Боултона.

Комиссия Боултона считает, что малый бизнес базируется на трех китах:

1) ограниченный рынок сбыта, что не позволяет фирме устанавливать монополию на рынке и диктовать свои условия в отношении цен и объемов реализуемого товара;

2) юридическая самостоятельность. На крупные предприятия оказывают воздействие сложные управленческие структуры, в то время как руководство малыми предприятиями берут в свои руки собственники;

3) личное участие собственника в управлении. Собственник самостоятельно руководит своим предприятием, определяет приоритетные направления развития своего маленького дела. Собственник свободен в принятии решений, и его действия не могут контролироваться и направляться посторонней волей.

Достаточно интересна разработанная академиком А. Галкиным градация субъектов малого предпринимательства. Он считает, что в настоящий момент всех субъектов малого бизнеса можно поделить на три группы: «Первая – это то, что в России несколько раньше называлось индивидуальной трудовой деятельностью. Второй тип хозяйств – это формы малого бизнеса, основанные на семейном хозяйстве с привлечением или без привлечения дополнительных работников, что имеет достаточно широкое развитие. Классическим примером являются фермерские и семейные хозяйства, развивающиеся в России. И, наконец, третья группа – это действительно современные производственные предприятия, малые по численности, но современные по организации, технологии, часто крупные по масштабам производства: в строительстве, науке и научной деятельности».

Динамику развития малого предпринимательства в Российской Федерации нельзя назвать стабильной. Малый бизнес развивается скачкообразно. Пик образования малых предприятий пришелся на 1999 г., позже в 2001 г. наблюдался спад в образовании малых предприятий. Ощутимый удар был нанесен по основным для предприятий малого бизнеса отраслям. Показательным является то, что с 1996 по 2001 гг. количество субъектов малого бизнеса в промышленности снизилось на 7 тыс. (5,5 %), в строительстве – на 16 тыс. (13,1 %), в кредитно-финансовой и страховой сферах на 4,2 тыс.

Существенной особенностью прошлых лет представляется предпочтительность статуса индивидуального предпринимателя перед чем?. Привлекательность его объясняется рядом существенных плюсов (трудовых, налоговых, финансовых, учетных). Именно эти тенденции повлекли уменьшение количества малых предприятий.

В теоретической сфере существует точка зрения, в соответствии с которой основанием снижения темпов роста малого предпринимательства в Российской Федерации является то, что «в 1995 г. оказались практически исчерпанными ниши и возможности сверхприбыльной торгово-посреднической деятельности малых предприятий. Ситуация в России стала все больше напоминать положение вещей в нормальной рыночной экономике, где малый бизнес в большинстве случаев и по доходности, и по границам потенциальных возможностей уступает среднему и крупному бизнесу. Нормой становится доход на одного занятого в малом предприятии на уровне, колеблющемся вокруг средней заработной платы в стране».¹

Но это является, по меньшей мере, слишком упрощенной точкой зрения. Эксперты считают, что исходя из масштабов государства и численности населения, малых предприятий на территории Российской Федерации должно быть по меньшей мере 5–6 миллионов. Только такая концентрация малых предприятий в стране позволит изменить экономическую ситуацию и положение малого предпринимательства.

В России за малым бизнесом – большое будущее. Начиная с конца 1980-х – середины 1990-х гг. этот сектор экономики страны, несмотря на то, что он возник в тяжелые для государства годы, является активно развивающимся и перспективным.

Перспективность этого направления экономики объясняется рядом плюсов, которыми обладает малое предприятие.

Субъекты малого предпринимательства живо реагируют на нужды рынка. Они способны удовлетворить те потребности населения, которые крупные фирмы не принимают во внимание ввиду их экономической невыгодности.

При этом поведение малых предприятий на рынке отличается гибкостью. Малый бизнес мгновенно отвечает предложением на спрос.

Для малых фирм характерен высокий уровень оборота капитала. Это выглядит примерно так: сегодня предприниматель осуществил финансовое вложение – завтра его деньги уже дали доход. Такая схема делает малый бизнес привлекательным для предприимчивых людей.

На привлекательность работает и то, что для организации малого бизнеса и руководства им необходимы сравнительно малые средства.

Еще одним важным положительным фактором является то, что малые предприятия нередко проявляют себя как новаторы.

В частности, из 61 крупного открытия в XX в. 48 были сделаны на малых и средних предприятиях. При этом, как показывает практика, 80–85 % разработок малых фирм внедряется в течение 1–2 лет.²

Однако российский малый бизнес обладает рядом национальных черт, присущих только ему:

1) нестабильность экономики России делает малые предприятия многопрофильными. Постоянная изменчивость рынка заставляет предпринимателей искать источники дохода, зачастую не имеющие между собой никакой связи;

2) российские малые предприятия характеризуются постоянным стремлением к независимости. На западе малые предприятия часто работают на основе договора субподряда и франчайзинга. Ярким примером такой системы является сеть ресторанов быстрого питания McDonalds и компания Coca-cola;

3) существенным минусом российского предпринимательства является низкий уровень технической оснащенности и безграмотность предпринимателей в управленческой сфере;

¹ Малый бизнес: методика и результаты анализа // Вопросы статистики. 1999. № 8.

² Малый бизнес: методика и результаты анализа // Вопросы статистики. 1999. № 8.

4) малое предпринимательство позволяет решить остро стоящие в современной России вопросы. Оно решает проблему занятости населения, задает направление кредитной и налоговой политики на стимулирование развития производства.

2. Место малого предприятия в экономике страны

Особое место в экономике страны в настоящее время занимают монополисты. Однако лоббирование интересов этих гигантов противоречит стратегическим задачам развития государства. В современной экономике действует такой закон: чтобы обеспечить экономический рост, необходимо как можно большее количество конкурентоспособных малых и средних предприятий в сфере промышленности, строительства и инноваций. Таким образом, крупный, средний и малый бизнес должны быть объединены достаточно простой идеей: рост уровня экономики и инноваций базируется на росте благосостояния населения и авторитета страны в мире, что происходит лишь благодаря хорошо развитым местным локальным рынкам.

Примером этого довода являются положительные тенденции в экономике Финляндии. Государство сделало ставку в развитии экономики на продуктивное сотрудничество крупного, среднего и малого бизнеса. С этой целью государство создало систему поддержки как со стороны самих органов государственной власти, так и со стороны частных лиц. Финансовая сторона протекционистской политики базируется на кредитных гарантиях, микрокредитовании, венчурном финансировании. Этот механизм разработан и реализуется такой государственной организацией, как «Финвера».

Структура малого предпринимательства в Российской Федерации сложилась в 1990-х гг. Появился ряд отраслей, в которых малые предприятия ни в чем не уступают крупным и средним. Наибольшее число малых предприятий ведут активную деятельность в сфере торговли и общественного питания. При этом существует тенденция к увеличению числа субъектов малого предпринимательства в этих отраслях экономики.

Далее по числу малых предприятий и рабочих мест, предоставляемых ими, располагаются промышленность и строительство. Наиболее развитые малые предприятия находятся в таких отраслях промышленности, как машиностроение и металлообработка, легкая, лесная, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная, а также пищевая промышленность. Это можно объяснить тем, что планка для попадания в вышеназванные отрасли, т. е. минимальный размер предприятия, которое сможет продуктивно работать и составлять конкуренцию остальным, здесь ниже по сравнению с другими отраслями. Наименьший процент малых предприятий от общего числа хозяйствующих субъектов насчитывается в сельском хозяйстве. Это можно объяснить тем, что место малых предприятий в этой отрасли занято подсобными хозяйствами, а продукция, произведенная в личных хозяйствах граждан, участвует в товарном обороте, то есть она реализуется на рынках, тем самым удовлетворяя потребности населения. Можно сказать, что в этой отрасли преобладают незарегистрированные малые предприятия. В качестве критериев, в соответствии с которыми должно происходить распределение малых предприятий по отраслям народного хозяйства, можно назвать следующие:

- 1) особенности конкуренции в той или иной сфере рынка;
- 2) препятствия для выхода на рынок, в число которых входят и административные препоны;
- 3) потребности населения в товарах и услугах, предлагаемых предпринимателем;
- 4) окупаемость производства;
- 5) особенности приватизации государственной собственности, в т. ч. и разгосударствление земельного фонда.

Последнее условие сыграло решающую роль в том, что малое предпринимательство не получило широкого распространения в сельском хозяйстве. Ввиду того, что в соответствии с Земельным кодексом Российской Федерации от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ (ЗК РФ), невозможно приобретение в собственность земель сельскохозяйственного значения.

В условиях современности наиболее перспективными для приложения усилий малых предприятий представляются сферы, затраты на развитие которых сравнительно малы. Такими являются торговля, общественное питание, строительство гражданских объектов, мелкий ремонт техники. В частности, в торговой сфере работает практически каждое второе предприятие.

Для развития малого предпринимательства в Российской Федерации необходим ряд условий:

1) во-первых, необходимо создать благоприятный климат для роста бизнеса. Для этого следует снизить давление на предпринимателей со стороны бюрократической машины. В частности, назрела необходимость упрощения процесса государственной регистрации малых предприятий, сокращения числа контролирующих органов на местах;

2) во-вторых, необходимо уменьшение налогового бремени;

3) в-третьих, должно происходить накопление денежных потоков, направленных на поддержку малого бизнеса, из бюджетов разных уровней. Также должна осуществляться протекция малого предпринимательства в рамках федеральных программ, и расходы на финансирование программ должны предусматриваться особой статьей федерального бюджета. Создание системы поручительств позволит коммерческим кредитным организациям более эффективно действовать в процессе кредитования начинающих предпринимателей. Увеличение объемов микрофинансирования позволит в 2–3 раза расширить сферу финансовой поддержки начинающих предпринимателей. Также необходимо широкое использование таких гибких финансовых технологий, как финансовый лизинг и финансовый франчайзинг. Их использование будет удовлетворять интересы малого и крупного бизнеса. С целью внедрения и разработки инновационных технологий должны быть созданы бизнес-инкубаторы, научные инновационные парки;

4) в четвертых, назрела необходимость контроля в области малого бизнеса на федеральном уровне. С этой целью должны создаваться специализированные комиссии. Важно распределить зоны ответственности между государственными органами исполнительной и законодательной власти, с одной стороны, отвечающими за формирование и осуществление государственных программ по поддержке и развитию субъектов малого предпринимательства, установление благоприятного климата для их развития, и, с другой стороны, несущими ответственность за вопросы по реализации федеральной политики, государственной поддержке малого предпринимательства и по облегчению доступа малых предприятий к финансовым ресурсам. Это направление может обеспечить создание государственных корпораций;

5) в пятых, для развития малого бизнеса требуется изменение потребительского поведения, в котором в настоящий момент преобладает консерватизм, т. е. население не готово потреблять товары и услуги, предлагаемые рядом предприятий малого бизнеса. Низкий уровень спроса препятствует обновлению комплекса товаров и услуг и освоению новых технологий в производстве и торговле. Торговля и сфера услуг достаточно медленно наращивают объемы заказов оптовикам и отечественным производителям, что приводит к сужению ассортимента со стороны последних. Это влечет за собой отсутствие средств инвестирования, расширения мощностей и освоения новых технологий.

Толчком для развития бизнеса является конкуренция. От того, сможет ли предприятие устоять в конкурентной борьбе, будет зависеть не только его выживание, но и способность к росту и развитию. Доклад Всемирного экономического форума «The Global Competitiveness Report» выделил 9 основных агрегированных факторов конкурентоспособности:

- 1) открытость и прозрачность экономики;
- 2) политику и роль государства;
- 3) развитость финансовой системы;

- 4) эффективность производственной и социальной инфраструктуры;
- 5) степень инновационности технологического развития;
- 6) уровень менеджмента;
- 7) уровень квалификации и производительности труда;
- 8) развитость судебной системы и других правовых институтов, определяющих характер политики государства (либеральный или с государственным регулированием);
- 9) глубину институциональных преобразований (в странах с переходной экономикой).

Для того, чтобы оценить возможности темпов развития малого предпринимательства и воздействия этого процесса на экономику субъектов Российской Федерации, рядом экономистов предлагается использовать рейтинги инвестиционной и предпринимательской активности. Для этого предусматриваются показатели, которые включают в себя основные экономические, социальные, демографические и институциональные факторы.

К основным экономическим факторам относятся:

- 1) объем валового продукта;
- 2) объем произведенной малыми предприятиями продукции;
- 3) число малых предприятий;
- 4) величина инвестиций в основные фонды малых предприятий.

К социальным факторам относятся:

- 1) среднедушевой доход;
- 2) число безработных в регионе.

К демографическим факторам можно отнести плотность населения.

К институциональным можно отнести:

- 1) степень развития инфраструктуры;
- 2) степень развития институтов рыночной экономики.

На основе результатов этих рейтингов лидирующее положение по числу предприятий малого бизнеса занимает Центральный федеральный округ. Для поддержки малых предприятий в регионах необходимо обеспечить ряд условий, в частности, для регионов, в которых лидирующее место занимают отрасли пищевой и легкой промышленности, должны быть разработаны программы поддержки малых предприятий, направленные на защиту потребительского рынка от фальсифицированной и низкокачественной продукции, которая поступает из Турции и Китая. Необходимо также усовершенствовать таможенное законодательство с целью предотвращения нелегального и контрабандного ввоза подобной продукции. Для восстановления перерабатывающего сектора экономики необходимо увеличение объемов инвестиций. Мероприятия по внедрению новых технологий и усовершенствованию производственных фондов в мясоперерабатывающей, обувной, швейной, трикотажной отраслях требует весомых капиталовложений. Их размеры варьируются от 30 до 50 млрд. рублей. Таким образом, ввиду недостатка средств большая часть отечественных малых и средних предприятий просто не в состоянии конкурировать с западными предприятиями. Ввиду этого ввоз продукции из-за рубежа в последнее время продолжает расти. В настоящее время в эволюции малого бизнеса в Российской Федерации можно выделить следующие направления:

- 1) медленный, но уверенный рост числа малых предприятий;
- 2) в высшей степени неоднородное распределение по субъектам Российской Федерации;
- 3) неравномерное распределение предприятий малого бизнеса по отраслям экономики.

Однако малый бизнес может стать «спасением» российской экономики. О нереализованности потенциала малого предпринимательства говорит тот факт, что российские малые пред-

приятия, формируя пятую часть всей прибыли, создают устойчивую базу для сбора налогов. Таким образом, если в настоящее время оказать малому бизнесу поддержку, причем по объему финансовых вливаний несравнимую с денежными средствами, необходимыми для развития крупного производства, он может стать основой роста и стабилизации экономики.

С целью стабилизации деятельности субъектов малого предпринимательства необходимо, чтобы Минэкономразвития РФ совместно с Торгово-промышленной палатой создали информационную систему, освещающую положение дел в России и СНГ. Это поможет малым предпринимателям, которые сталкиваются с большими трудностями при проведении инвестиционного планирования и оценки инвестиционных рисков, знать конъюнктуру рынков, уровень инфляции, степень конкуренции и свободные рыночные ниши. Создание подобной информационной системы позволит российским предпринимателям эффективно действовать на мировых рынках.

3. Малое предпринимательство как формирующийся рынок приложения кредитных ресурсов коммерческого банка

Источники, за счет которых осуществляется финансирование малых предприятий, можно поделить на две группы: внутренние и внешние.

В соответствии с российским законодательством, к **внешним источникам** финансирования относятся целевые банковские вклады, паи, акции, технологии, машины, кредиты, товарные знаки, интеллектуальные ценности.

Основу **внутренних ресурсов** финансирования составляют финансовые ресурсы и внутрихозяйственные ресурсы инвестора, а также амортизационные отчисления, денежные накопления и сбережения предпринимателей, средства от страхования деятельности, денежные суммы, представляющие собой штрафы и неустойки.

Помимо этого, существует так называемый неформальный сектор кредитования. Это денежные суммы, занятые предпринимателем у родных и знакомых. В нашей стране этот вид займов широко распространен. По признанию руководителей малых предприятий, треть от их общего числа пользуется такого рода кредитами.

Малый бизнес по ряду причин является привлекательной сферой деятельности кредитных организаций.

С точки зрения банков, положительными моментами сотрудничества с малыми предприятиями являются достаточно небольшие сроки окупаемости ссуд, гибкость малого бизнеса, позволяющая реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, а также способность малых предприятий к внедрению новых технологий. Эти особенности малого бизнеса достаточно быстро были поняты западными кредитными организациями. Именно в силу этих причин малые предприятия за рубежом стали привлекательными для банковских структур клиентами. В середине XX в. работой с представителями малого предпринимательства занимались в большинстве случаев мелкие кредитные организации. В настоящий момент ситуация кардинально изменилась. Крупные банки сочли мелких предпринимателей перспективными клиентами. Эти кредитные организации стали создавать в своей структуре отделы, которые оказывают малому бизнесу различного рода услуги – от обслуживания счетов и осуществления расчетно-кассовых операций до предоставления квалифицированных консультаций в сфере финансов. Часть кредитных организаций взяла инициативу по оказанию помощи в сфере методологии в свои руки, тем самым приняв на себя часть функций государства, например, подобной деятельностью занимается английский банк Barclays Bank. Данная кредитная организация, сотрудничая с издательским домом Basil Blackwell, была в свое время занята изданием методических пособий, оказывающих помощь руководителям малых предприятий в организации и руководстве бизнесом. Ряд этих предписаний в свое время был издан на территории Российской Федерации.

Малое предпринимательство по причине отсутствия собственных денежных средств в гораздо большей степени, нежели крупные хозяйствующие субъекты, нуждается в заемных финансах. В их числе кредиты банков. Несмотря на наличие материальной заинтересованности и с той, и с другой стороны, при практической реализации возникает ряд проблем. На Западе развита структура банков, финансирующих малые предприятия. В России на волне реформ 1990-х гг. была предпринята попытка перенять западный опыт, в частности, в это время руководство ряда банков заявило о готовности поддержать финансами представителей малого бизнеса. В число этих банков входили Промстройбанк России, Инкомбанк и Столичный банк сбережений. Эти благие начинания вылились в создание множества мелких кре-

дитных организаций, целью деятельности которых было кредитование и обслуживание нужд малого бизнеса. Позднее еще один пик активности пришелся на середину 90-х гг. Он был связан с государственной инициативой по поддержке малого бизнеса за счет средств бюджетов разных уровней. Работая в этом направлении, государство в 1995 г. сформировало Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства. Деятельность фонда заключалась в создании сети банков, посредством которых из федерального бюджета должна была оказываться поддержка предприятиям малого бизнеса. Однако выделенные государством средства в большинстве случаев использовались не по назначению. Широко известны факты, когда кредитные организации при попустительстве федерального руководства использовали денежные средства фондов в собственных интересах. Были попытки привлечения денежных средств со стороны Запада, в частности, в 1996 г. Европейский банк реконструкции и развития выделил денежные средства на развитие малого бизнеса. Был определен круг банков, участвующих в программе. Они получали денежные средства для последующего распределения их между предпринимателями. В основном, кредиты предоставлялись представителям малого бизнеса для приобретения основных средств производства. Однако это благое начинание не оправдало себя. Большая часть денег не доходила до адресата, а присваивалась кредитными организациями. В настоящее время ситуация в этой сфере кредитования достаточно сложная. Сложность состоит прежде всего в том, что, с точки зрения банков, – эта сфера кредитования неперспективна и невыгодна. Высокий уровень затрат, по мнению кредитных организаций, вызван прежде всего необходимостью поиска перспективных инвестиционных проектов. Руководители банковских структур говорят о неготовности затрачивать денежные средства и время на формирование клиентской базы. Эту точку зрения высказывает А. Айзакян: «Кредитование малых предприятий не входит в круг интересов крупных коммерческо-банковских структур. Еще менее они склонны заниматься самостоятельным поиском и отбором инвестиционных проектов в сфере малого предпринимательства». Аналогичное мнение высказывает А. Мишин: «Коммерческие банки не заинтересованы в кредитовании малых предприятий из-за отсутствия отработанных технологий по их инвестированию, необходимости рассмотрения большого количества инвестиционных проектов при высокой стоимости операций по их обработке. Кредитные организации не хотят заниматься поиском проектов, нуждающихся в инвестировании, т. к. это требует финансовых и временных затрат».

В качестве препятствия представителями банковского сектора рассматривается также и высокий уровень кредитных рисков. Возникновение рисков объясняется следующим: в случае с малыми предприятиями отсутствует стопроцентная гарантия того, что впоследствии они смогут ответить по своим обязательствам. Возникает ряд проблем в связи с недостаточной проработанностью представляемых инвестиционных проектов. Это связано с низким уровнем знаний в сфере экономики кадрового состава малых предприятий. Причиной этому дороговизна консалтинговых услуг по ведению бизнеса и подготовке инвестиционных проектов. Не каждый представитель малого предпринимательства может позволить себе привлечь для совместной работы специалиста в этой сфере.

Нежелание банков кредитовать малый бизнес объясняется наличием негативного опыта, связанного с исчезновением фирм-должников, невозвратом кредитов, сокрытием залога. Поэтому, ограждая себя от возможных проблем, кредитные организации заключают договора только с теми предприятиями, которые осуществляют расчетно-кассовые операции через банк, являющийся предполагаемым кредитором. При кредитовании вновь образовавшихся субъектов малого предпринимательства требуют привлечения третьей стороны, которая сможет обеспечить долговые обязательства предпринимателя своим имуществом. В погоне за понижением уровня рисков кредиторы увеличивают размер процентов.

Еще одним весомым аргументом, с точки зрения банкиров, является незаинтересованность малого бизнеса в таких услугах. По мнению Е. Титова, «основная проблема малого кре-

дитования, с точки зрения банка, заключается в его способности организовать кредитование как „поточную“ услугу». Однако это мнение может быть до основания разрушено результатами социологического опроса руководителей малого бизнеса. Они высказываются за необходимость предоставления им такого рода услуг. Они объясняют это тем, что зачастую собственных денежных средств недостаточно для расширения бизнеса.

Предприниматели в свою очередь тоже имеют претензии к своим потенциальным кредиторам.

Проблема кредитования, с точки зрения руководителей малых предприятий, включает в себя две стороны: во-первых, общая жесткость кредитно-денежной политики, во-вторых, дискриминация по отношению к малому бизнесу со стороны банков. В число трудностей входят комплекс ценовых ограничений, включающий в себя нереальный залог и гарантии, ограниченные сроки кредитования, недоступность инвестиционных кредитов.

Сложившаяся в этой сфере ситуация заставляет предпринимателей искать финансовую поддержку у частных лиц, имеющих возможность выступить в качестве кредиторов. Согласовать же интересы кредитных организаций и представителей малого предпринимательства представляется возможным только на основе установления двустороннего сотрудничества. Предлагается несколько вариантов для решения вопроса о доступе малого бизнеса к денежным средствам кредитных организаций. Все эти конструктивные предложения можно поделить на две группы: первая группа предполагает *поиск совместных интересов малого предприятия и кредитной организации*. В рамках этого решения проблемы предлагается ряд мероприятий как комплексного, так и локального характера. Локальными мерами можно назвать предложения по улучшению технологии предоставления кредитов или порядка создания обязательных резервов. Т. Меляева и Л. Маевская предлагают «исключать из суммы обязательств, подлежащих обязательному резервированию в Центральном Банке РФ, средства, инвестированные коммерческими банками в малый бизнес». *Меры комплексного характера* направлены на создание специальных банков по финансированию малого предпринимательства, а, возможно, и целой системы. Доктор экономических наук Н. Горбунов обосновал целесообразность создания подобного банка как акционерного общества с весомым пакетом акций Российского фонда федерального имущества. Существует еще ряд предложений, сформулированных А. Бажаном. Он предлагает создать развитую сеть региональных банков поддержки малого бизнеса, во главе которой будет стоять государственный банк или государственный холдинг. Также Бажан рекомендует создать государственные гарантийные фонды. Но есть риск, что создание подобного рода фондов повлечет за собой рост коррупции со стороны чиновников. Вторая группа предложений предоставляет малым предприятиям возможность самостоятельно формировать и, как следствие, финансировать своих заимодавцев. Так, Л. Ворохалина предлагает в этих целях создавать общество взаимного кредита как объединение страховой компании и банка. Однако у данного решения проблемы есть существенный минус: многие из малых предпринимателей не обладают достаточными средствами для того, чтобы выступать в качестве пайщиков. Таким образом, испытывая финансовые трудности, предприниматели не удовлетворятся возможностью получения средств в перспективе. Еще возникает вопрос о том, по какому принципу и кем будет определяться очередность предоставления займов. Кандидат экономических наук Л. Слуцкий предлагает базовые положения концепции стратегического партнерства банка и малого предприятия, основополагающим принципом которой служит обеспечение относительного баланса их хозяйственных интересов.

Цели стратегического партнерства:

1) для предприятия. Создание благоприятных условий функционирования на рынке за счет наличия постоянной финансовой и консультационной поддержки банка;

2) для банка. Создание условий, обеспечивающих постоянное увеличение спроса на свои услуги со стороны предприятий в сочетании с минимизацией клиентских рисков за счет косвенного участия в управлении его деятельностью.

Общие принципы стратегического партнерства банка и малого предприятия:

1) малое предприятие сохраняет полную юридическую и хозяйственную самостоятельность и добровольно передает банку лишь те управленческие функции, которые банк способен реализовать более эффективно за счет наличия у него квалифицированных специалистов, информации и иных ресурсов;

2) банк не пытается превратить малое предприятие в дочернюю структуру и строит свои финансовые отношения на условии рентабельного вложения средств или оказания услуг;

3) малое предприятие не вправе нарушить доверие банка, поставив под угрозу его финансовые интересы путем реализации несогласованных хозяйственных рисков «стратегического характера».

Направления стратегического партнерства :

- 1) стратегическое планирование развития предприятия на рынке;
- 2) маркетинговая политика предприятия;
- 3) оперативное управление финансовыми ресурсами предприятия;
- 4) инвестиционная деятельность предприятия в форме вложений в собственное капитальное развитие и портфельного инвестирования;
- 5) внутрифирменный менеджмент.

Обязательства банка по отношению к малому предприятию:

1) банк обеспечивает предприятию весь комплекс услуг по расчетно-кассовому обслуживанию.

2) банк обеспечивает кредитование предприятия путем предоставления:
– ссуд на восполнение недостатка оборотных средств в соответствии с ежемесячно согласуемыми банком графиками;

– инвестиционных ссуд для реализации согласованных с банком программ капитального развития предприятия;

– иных ссуд на различные цели хозяйственной деятельности;

3) банк содействует предприятию в размещении временно свободных денежных средств и создании финансовых резервов путем открытия различных депозитных счетов, а также формирования портфеля ценных бумаг, включая управление им на трастовой основе;

4) банк обеспечивает предприятию комплексное консультационное обслуживание в следующих областях:

– стратегический консалтинг;

– коммерческий консалтинг в форме помощи при подборе деловых партнеров;

– обеспечение доступа к коммерческой информации, содействие в организации рекламной деятельности;

– инвестиционный консалтинг в форме помощи при подготовке проектов капитального развития;

– налоговый консалтинг в форме рекомендаций по планированию движения финансовых потоков и управлению налогооблагаемого имущества;

– бухгалтерский консалтинг в форме рекомендаций по оптимизации бухгалтерского учета, внедрению автоматизированных систем учета и обновлению нормативной базы;

– юридический консалтинг в форме экспертизы юридической чистоты заключаемых договоров;

– образовательный консалтинг в форме повышения квалификации бухгалтера предприятия силами самого банка, а также содействия в организации любых форм обучения сотрудников предприятия;

5) банк обеспечивает содействие предприятию в защите от угроз его безопасности, а также при нарушении его законных хозяйственных интересов и прав партнерами или государственными инстанциями.

Обязательства малого предприятия по отношению к банку:

1) предприятие не вправе открывать расчетный или иные счета в других кредитных организациях, равно как и обращаться к ним за любыми услугами, если это не согласовано с банком;

2) предприятие обеспечивает банку полную информационную прозрачность своей финансово-хозяйственной деятельности путем организации свободного доступа его специалистов к любым финансовым и коммерческим документам;

3) любые хозяйственные договоры, контракты и соглашения предприятия на сумму, превышающую 12 % среднегодового оборота, перед подписанием должны проходить экспертизу в юридическом отделе банка;

4) предприятие обязано оперативно доводить до сведения банка любую информацию об угрозах своей экономической безопасности, равно как и иных фактах, потенциально способных затронуть хозяйственные интересы сторон.

Финансовые обязательства сторон:

1) банк осуществляет обслуживание предприятия на платной и безвозмездной основе. Перечень бесплатных услуг согласовывается сторонами ежегодно и фиксируется соответствующим протоколом;

2) основные принципы ценообразования на платные услуги банка:

– цены на расчетно-кассовые и кредитные услуги устанавливаются не выше их среднего рыночного уровня на момент оказания;

– цены на консалтинговые или иные услуги, обеспечивающие предприятию прямой исчисляемый экономический эффект, устанавливаются в процентах от фактически полученного эффекта (процент подлежит ежегодному согласованию сторонами);

3) банк несет полную (или солидарную) экономическую ответственность перед предприятием за результаты предложенных (или одобренных) им коммерческих проектов или иных хозяйственных операций.

Для претворения в жизнь предложенной концепции необходим взвешенный и выверенный подход со стороны кредитных организаций. Вопрос об экономической целесообразности распространения сферы хозяйственных интересов на область малого предпринимательства должен решаться банками на основе проведенных ими маркетинговых исследований.

К организации подобной работы предъявляется ряд требований:

1) при определении круга потенциальных клиентов руководство кредитной организации должно обращать внимание прежде всего на личностные качества самих предпринимателей, а не на профиль организации или объем годового оборота;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.