

© 2010 г.

Михаил Смирнов

кандидат географических наук

генеральный директор консалтинговой компании «Финист»

Олег Шестоперов

кандидат экономических наук

заместитель генерального директора Национального института системных исследований проблем предпринимательства

Алексей Шестоперов

консультант Национального института системных исследований проблем предпринимательства

Александр Шамрай

консультант Национального института системных исследований проблем предпринимательства

(e-mail: office@nisse.ru)

КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Как известно, в условиях воздействия кризисных явлений доступ к финансовым ресурсам для малых предприятий был в значительной степени ограничен. В статье дается оценка текущего состояния рынка кредитных услуг, предназначенных для малых предприятий, выделяются основные факторы, влияющие на перспективы развития рынка. Предлагаются возможные пути преодоления существующих на рынке ограничений.

Ключевые слова: банки, кредитование, кризис, малое предприятие, спрос, предложение, государственная поддержка

В условиях воздействия кризисных явлений доступ к финансовым ресурсам для малых предприятий был в значительной степени ограничен. Ситуация с финансами для малого бизнеса начала постепенно меняться в лучшую сторону лишь к концу 2009 года. Так, согласно данным Общероссийской общественной организации «Опора России»¹, в ноябре 2009 года для 15% предпринимателей привлечь заемные средства стало относительно просто (в январе 2009 года – для 8%). Количество предпринимателей, для которых привлечь финансовые средства было сложно или невозможно, сократилось (56% в ноябре против 75% в январе 2009 года). Тем не менее проблема с привлечением заемных средств для малого

¹ Мониторинг состояния малого и среднего бизнеса России в условиях кризиса, ноябрь 2009 года.

предпринимательства по-прежнему остается очень острой и привлекает к себе немалое внимание государства.

Государство быстро расширяет объемы финансовой помощи сектору малого предпринимательства, направляемой в том числе на поддержку кредитования, однако только экстенсивными мерами здесь не обойтись. На рынке кредитования два участника – кредитор и заемщик. Поэтому и любые проблемы развития рынка нужно рассматривать с двух сторон – со стороны предпринимателей и со стороны банков. В данной статье мы проанализируем последние тенденции в секторе малого предпринимательства, особенности современного состояния спроса и предложения кредитных услуг для малых предприятий, и сделаем некоторые заключения относительно перспектив и факторов развития рынка.

Особенности спроса на кредитование со стороны малого предпринимательства

По данным ЦБ РФ, общая сумма задолженности по кредитам, предоставленным субъектам малого и среднего предпринимательства, в целом по Российской Федерации на 1 января 2010 года составляла 2 648 млрд руб. (на 1 апреля 2009 года – 2 507,9 млрд руб.). На 30 крупнейших банков приходилось 1 741,2 млрд руб., или 65,8% от общей суммы задолженности (на 1 апреля 2009 года, соответственно, 1 732,7 млрд руб., или 69,1%). Общие объемы предоставленных кредитов субъектам малого и среднего предпринимательства всего по Российской Федерации на 1 января 2010 года составили 2 838,8 млрд руб.

Однако объемы кредитования сильно упали. Так, согласно данным РБК, в первом полугодии 2009 года опрошенные банки выдали 524,2 млрд руб., что на 55% меньше, чем в первом полугодии 2008 года. Портфель кредитов для малых предприятий сократился на 12% (с 1146 млрд руб. до 1 010,2 млрд руб.).

Но потребность предприятий в кредитовании не исчезла. Согласно результатам опроса Национального института системных исследований проблем предпринимательства (НИСИПП) в мае 2009 года¹, потребность в привлечении финансовых ресурсов испытывали 48,3% предприятий. В то же время доступность указанных ресурсов предприятия оценивали пессимистично: около 36,9% респондентов считали, что степень доступности для них заемных финансовых средств низкая, 16,1% – очень низкая,

¹ Проект «Жизненный цикл малого предприятия: раунд 1 и раунд 2» реализовывался Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства по заказу Фонда «Либеральная миссия». Первый раунд проводился в 2007 году, второй – в мае-июне 2009 года.

и лишь 9,4% характеризовали степень доступности как высокую или очень высокую. При этом треть респондентов (31,3%) оценило финансово-экономическое состояние своих предприятий как устойчивое, а больше половины респондентов (53,7%) – как относительно устойчивое. Тем не менее в отсутствие заемных средств планы по развитию пришлось ограничить или полностью свернуть.

Таблица 1

Степень доступности заемных средств в целом по выборке

Степень доступности	Весна 2007	Весна 2009
Очень высокая	5%	1,3%
Высокая	13,3%	8,1%
Средняя	45%	34,6%
Низкая	22%	36,9%
Очень низкая	8,3%	16,1%

Спрос на услуги кредитования со стороны малых предприятий тесно связан с количеством малых предприятий и основными показателями, характеризующими их развитие (оборот малых предприятий, инвестиции в основной капитал).

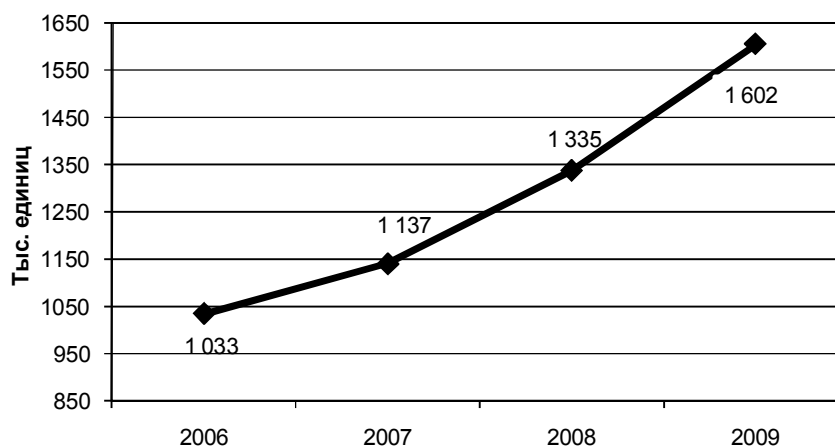


Рисунок 1. Динамика количества малых предприятий в 2006–2009 годах

Официальная статистика сектора малого предпринимательства свидетельствует о положительной динамике основных показателей этого сегмента экономики в 2006–2008 годах. Динамика качественного разви-

тия малого бизнеса за последние годы отражается и в росте вклада малых предприятий в основные агрегированные экономические показатели. Так, доля произведенной малыми предприятиями добавленной стоимости (доля в ВВП) составила в 2008 году 21%, а в 2009 году – 22,5%¹. Доля оборота малых предприятий в общем обороте организаций² составила в 2008 году 25,6%.

В то же время в 2009 году в связи с кризисными явлениями в экономике произошло сжатие сектора. Так, в 2009 году было зафиксировано падение оборота малых предприятий на 17,0% по сравнению с 2008 годом.

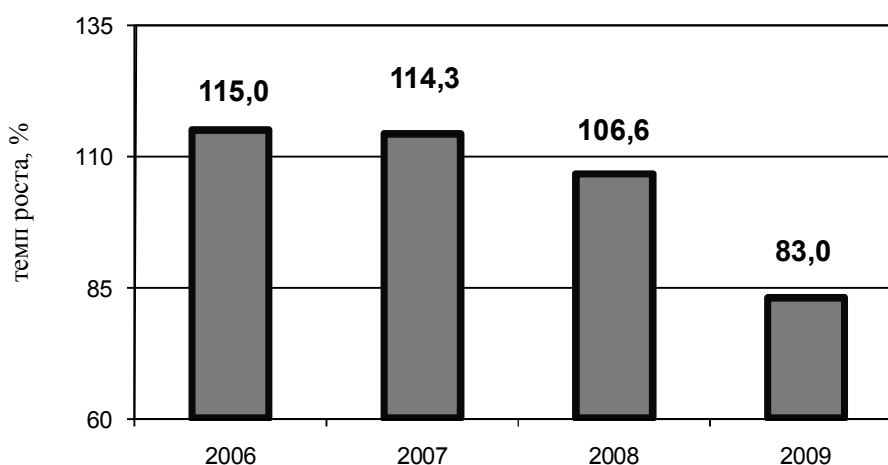


Рисунок 2. Динамика оборота малых предприятий в 2006–2009 годах (с учетом индекса потребительских цен)

В свою очередь, 2006–2008 годы характеризовались значительной инвестиционной активностью малого бизнеса: в 2008 году объем инвестиций в основной капитал вырос на 60,9% в сравнении с предыдущим годом. Как следствие, возросла доля инвестиций в основной капитал на малых предприятиях в общем объеме инвестиций в основной капитал: на 1 января 2009 года данный показатель составил 5,4%. Однако в 2009 году зафиксирована тенденция к сокращению объема инвестиций в основной

¹ По данным Минэкономразвития России.

² Данный показатель рассчитывается Федеральной службой государственной статистики с 2005 года вместо показателя «доля в общем выпуске товаров и услуг».

капитал на малых предприятиях: показатель в целом по РФ сократился на 32,6% по сравнению с 2008 годом.

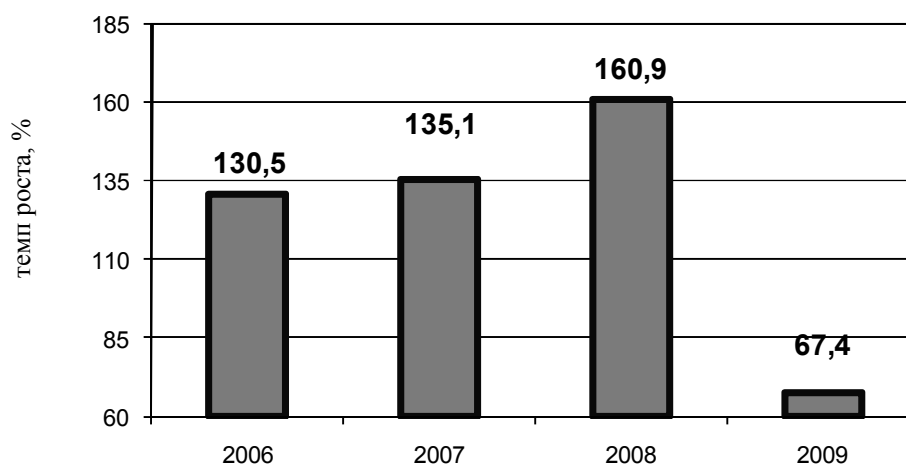


Рисунок 3. Динамика инвестиций в основной капитал на малых предприятиях в 2006–2009 гг. (с учетом индекса потребительских цен)

Таким образом, спад в секторе малого предпринимательства на 20–30% вызвал еще большее падение объемов кредитования. Негативные тенденции были в значительной мере обусловлены финансовым кризисом, заставившим банки ужесточить кредитную политику. Кроме того, сокращение объемов кредитования обуславливается рядом специфических черт российского малого предпринимательства.

Значительную потребность малых предприятий в кредитовании подтверждают данные исследования «ТРАСТ Индекс МСБ»¹. В рамках 13 раунда обследований на вопрос «Как изменится объем инвестиций в Ваш бизнес в течение ближайшего года?» в конце 2009 года 24% респондентов ответили, что возрастет, в то время как в начале 2009 года таких было только 15%. Около 13% респондентов в целом по выборке отмечают, что собираются привлекать кредиты на развитие бизнеса в 2010 году. На начало 2009 года о таких планах заявляло 10% респондентов. Позитивные настроения предпринимателей, безусловно, являются хорошим индикатором. Вместе с тем обращает на себя внимание тот факт, что готовность малых предприятий брать кредиты в итоге не ведет к изменению структу-

¹ Благодарим за комментарии в отношении данного индекса главного экономиста банка «ТРАСТ» Евгения Надоршина.

ры спроса на кредиты. Как показывают различные опросы, в последние годы кредитами пользуются от 20 до 25% малых предприятий, и основной спрос приходится на краткосрочные кредитные программы.

Представляется, что доля краткосрочного кредитования будет лишь увеличиваться, так как в отличие от докризисной ситуации, когда большинство стратегий малых предприятий было направлено на расширение размеров бизнеса, а у многих компаний – и на расширение рыночной доли, в настоящий момент среди малых предприятий преобладают стратегии, ориентированные в лучшем случае на сохранение объемов бизнеса или их сокращение ради поддержания рентабельности. Место объемных инвестиционных кредитов будут занимать краткосрочные, небольшие кредитные и консультационные программы, направленные на оптимизацию бизнеса предприятия.



Источник: Финист, 2005

Рисунок 4. Структура спроса малого бизнеса на банковские услуги, в % от числа опрошенных

Естественно, что при таком положении рынок будет достаточно волатильным – спекулятивно расти на фазе экономического роста (банки легко дают короткие кредиты на инвестиционные цели, обещая беспроblemное рефинансирование долга) и катастрофически падать в периоды кризисов (банки не выполняют обещания по рефинансированию и наоборот, ищут любые возможности для досрочного истребования суммы долга).

Одной из причин сложившейся ситуации выступает структура малого предпринимательства России в разрезе видов экономической деятельности, которая характеризуется значительным уклоном в сферу торговли (около 45% от всех малых предприятий). Именно эти предприятия являются основными генераторами спроса на короткие кредиты на пополнение оборотных средств. И именно торговля оказывается в зоне наибольшей волатильности в периоды кризиса.

За 2006-2008 гг. доля торговых предприятий в структуре малого предпринимательства фактически не изменилась, тогда как в обрабатывающих производствах, являющихся источником спроса на долгосрочные инвестиционные кредиты, зафиксировано небольшое падение доли с 12% до 11,3%.

В сфере гостиничного и ресторанного бизнеса были зафиксированы положительные тенденции, что выразилось не только в росте количества предприятий, но и в заметном увеличении их доли в общей структуре занятости малых компаний. В то же время предприятия данных сфер сталкиваются со значительными сложностями при взаимодействии с банками по поводу привлечения кредитов: как правило, ввиду небольших оборотов такие предприятия обладают гораздо меньшими возможностями по залоговому обеспечению кредитов.

Из остальных видов деятельности следует выделить положительную динамику численности малых предприятий в сфере транспорта и связи, особенно явно выразившуюся в 2007 году (рост почти на 14% к 2006 году). В остальных видах экономической деятельности сложно говорить о значимых изменениях веса в общей структуре сектора малого бизнеса.

Печальная статистика лишь подчеркивает весьма скромную роль малых предприятий в России, которая во многом сводится к перераспределению чужих товаров. Поэтому именно малые предприятия во время кризиса и оказались наиболее пострадавшими, в том числе выступая «кредитором последней инстанции».

Второй аспект, который является существенным тормозом для развития сектора кредитования, – это относительная молодость российского малого предпринимательства. Для того чтобы банковские портфели кредитов МП были достаточно надежными, там должны преобладать компании, находящиеся в стадии зрелости, тогда как в структуре российских малых предприятий преобладают старт-апы и растущие компании. Кризис только усугубил эту ситуацию.

По данным опроса НИСИПП, весной 2009 года по сравнению с весной 2007 года более чем в два раза уменьшилось число компаний, относящих себя к компаниям, находящимся на стадии роста. При этом произошло существенное увеличение групп предприятий, находящихся в со-

стоянии кризиса и спада. Общая численность предприятий на стадиях с положительной динамикой заметно снизилась – с 83% в 2007 году до 62% в 2009 году.



Источник: Profi Online Research, 2010

Рисунок 5. Распределение ответов на вопрос «Отметьте, пожалуйста, все банковские продукты, которыми Вы пользуетесь»

Между тем, как показывают исследования НИСИПП в рамках проекта «Жизненный цикл малых предприятий»¹, максимальная потребность в заемных финансовых средствах отмечается у предприятий на стадии становления (66,7%). Наименьшая из всех доля респондентов, отметивших наличие потребностей в привлечении кредитных ресурсов, оказалась на стадии роста предприятия.

¹ Проект «Жизненный цикл малого предприятия: раунд 1 и раунд 2» реализовывался Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства по заказу Фонда «Либеральная миссия». Первый раунд проводился в 2007 году, второй – в мае-июне 2009 года.

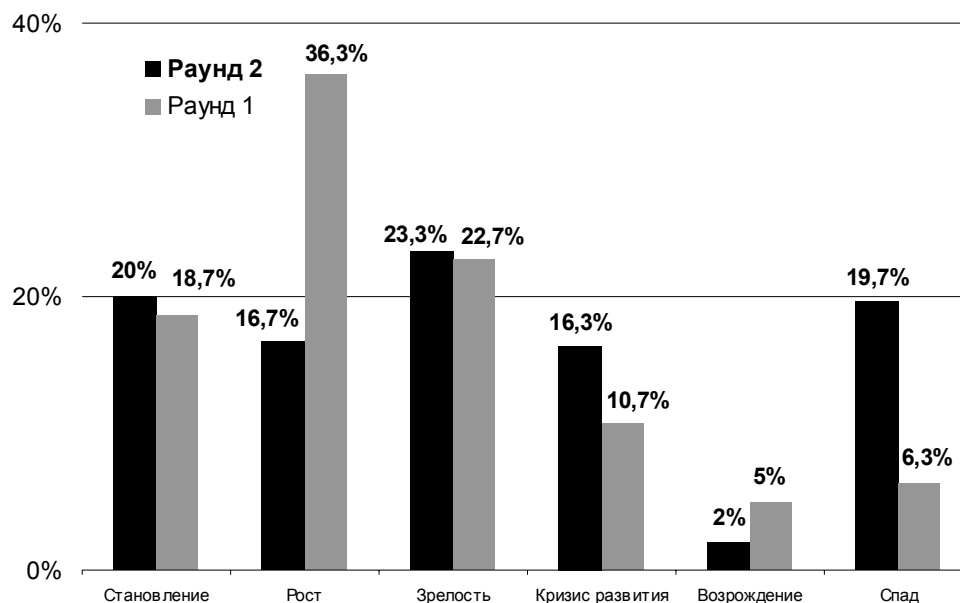


Рисунок 6. Распределение предприятий выборочной совокупности по стадиям жизненного цикла – сравнение двух раундов исследования

Таблица 2

Потребности предприятий в заемных финансовых средствах на различных стадиях жизненного цикла, %

	Становле- ние	Рост	Зрелость	Кризис развития	Возрожде- ние	Спад
Испытывают потребность, 1 раунд	42,9	53,3	54,4	53,1	66,7	63,2
Испытывают потребность, 2 раунд	66,7	46	42	52,1	50	45,8
Имеют пробле- мы, 2 раунд	61	44	39,7	54,3	50	57,9

Еще одна особенность малого предпринимательства в России – это невысокий уровень финансовой грамотности. Зачастую предприниматели не знают о существовании специальных продуктов, ориентированных на малый бизнес, а банки, со своей стороны, редко включают компоненту повышения финансовой грамотности предпринимателя в свои маркетинговые стратегии.

Малый предприниматель может быть недостаточно финансово образован, чтобы грамотно подать заявку на финансирование: составить бизнес-план, сформулировать цели кредита.

В растущем бизнесе на первый план выходит проблема того, что собственник занят исключительно оперативными вопросами (поставки, расчеты, работа с персоналом и др.) и часто не успевает следить за конъюнктурой предложения кредитов. Впервые столкнувшись с необходимостью развивать бизнес за счет внешних заимствований, предприниматель оказывается перед непреодолимой стеной жесткой кредитной политики банков и часто отступает.

Важный аспект, который редко упоминается при обсуждении проблем кредитования малого бизнеса, – это проблема долгосрочного планирования. Она не объясняется только недостаточным уровнем финансовой грамотности. Очень часто проблема упирается в отсутствие страновых, региональных и муниципальных ориентиров развития. Иными словами, предприниматели не всегда понимают, в какие сферы можно вкладывать средства и в каких направлениях прилагать усилия.

Особенно это проявляется на региональном и муниципальном уровнях. Естественно, что регионы и муниципалитеты имеют формальные документы, описывающие то, как планируется развивать территорию, где нужны инвестиции. И все же формальный характер этих документов, часто разработанных без привлечения предпринимателей, не дает уверенности в реализуемости таких планов.

Работая в регионах, сталкиваешься с жалобами предпринимателей, которые выказывают намерение инвестировать средства в развитие территории, но не находят поддержки у чиновников. В результате бизнес примитивизируется – предприниматель для диверсификации своих инвестиций выбирает наиболее простые формы активности, тиражируя их на территории за счет открытия новых точек присутствия, вместо того, чтобы направить деятельность на более серьезные производственные инвестиции. В таких условиях маловероятно, что предприниматель будет обращаться в банк для привлечения серьезного финансирования, ограничиваясь случайными заимствованиями на короткие сроки.

Особенности предложения кредитных услуг для малого предпринимательства

Рынок кредитования малого бизнеса находится в достаточно интересных условиях. С одной стороны, малый бизнес – это один из наиболее вероятных источников роста доходов средних и малых банков в ближайшем будущем, с другой стороны, при формировании предложения банки стеснены весьма серьезными негативными тенденциями.

Если проанализировать мнения предпринимателей относительно основных барьеров для кредитования, увидим, что наибольшее их недо-

вольство вызывает кредитная политика банков. Сложности с получением кредита, по мнению предпринимателей, обусловлены необходимостью подготовки большого объема документации, длительным сроком рассмотрения заявок. Учитывая, что наибольший спрос малые компании предъявляют на краткосрочное кредитование, данные факторы являются критичными для успешности их бизнеса.



Источник: Финист, 2005

Рисунок 7. Причины недовольства предоставлением кредитных услуг среди компаний малого бизнеса, в % от высказавших пожелания

На втором месте среди причин недовольства – ущемление интересов клиентов: длительный срок рассмотрения заявок, занижение стоимости залогов и сужение перечня имущества, принимаемого в залог. Новых клиентов чаще всего не устраивают короткие сроки кредитования, старые же клиенты, обслуживаемые более трех лет, напротив, справедливо высказывают пожелания, что банк мог бы рассматривать их заявки в более короткие сроки и предоставлять им определенные льготы при обслуживании. Не встречая понимания со стороны банка, клиенты сдерживают приобретение новых услуг этого банка, полагая, что с ними они также не найдут понимания и натолкнутся на уже знакомые проблемы.

Кредитная политика отражает оценку банком рисков кредитования малого бизнеса, а также стоимость ресурсной базы банка. Для клиента основными значимыми параметрами кредитной политики банка являются стоимость кредита и требования, предъявляемые к обеспечению.

Если накануне кризиса многие банки начинали активно работать с малыми предприятиями именно из-за возможности получения более высокой маржи, то сейчас такие возможности призрачны. Рентабельность

операций предпринимателей резко упала, так как малый бизнес в основном работает на высококонкурентных рынках. Лишь отдельные предприятия могут позволить себе кредитоваться под 25-30%. В этой связи банкам приходится либо снижать ставки, либо отказываться от активной работы в данном сегменте. Тенденции к снижению ставок были зафиксированы ЦБ РФ в исследовании «Изменения условий банковского кредитования в IV квартале 2009 года», в третьем и четвертом кварталах 2009 года. В частности, в четвертом квартале доля банков, сообщивших о снижении ставок по кредитам населению и МСБ, превысила 25%, около 10% банков снизили комиссии.

Впрочем, по данным мониторинга «Индекс кредитного благоприятствования развитию малого бизнеса», проводимого совместно Финист и НИСИПП¹, поддаваясь общей тенденции снижения ставок, банки сохраняют достаточно жесткие требования к заемщикам. В банках с наиболее жесткими требованиями к заемщикам по критерию длительности хозяйственной деятельности заемщиков рассматривают заявки лишь от компаний, проработавших более полутора-двух лет.

Развитие кредитования тормозится и неопределенной ситуацией с залоговым обеспечением. Если накануне кризиса в качестве залога банки достаточно легко рассматривали даже товар в обороте, то сейчас, когда риск остаться с огромной партией товара на арендованной территории довольно велик, банки становятся более осторожными.

Кредитование под приобретение основных средств, которые сразу же оформлялись в залог (а также лизинговые сделки), представлялось доступным накануне кризиса даже для малого бизнеса. Теперь банки обременены оборудованием, транспортом, которые они не могут ни продать, ни заставить работать. В отдельных случаях банкам приходится вспоминать «давальческие» схемы, столь популярные в 90-х: чтобы хоть как-то возвращать свои средства, банки сдают бывшим собственникам имущество в аренду, обеспечивая закупки сырья и сбыт продукции, пытаются сохранить рыночную стоимость актива до появления покупателя.

Недвижимость является не менее болезненной темой, хотя большинство банков по-прежнему называют ее среди первоочередных предметов залога (в отдельных банках вообще невозможно получить кредит без обеспечения недвижимостью). Однако, как и до кризиса, банки не слишком внимательны при анализе залоговой недвижимости.

¹ С краткой версией мониторинга можно ознакомиться по адресу: <http://www.finistconsult.ru/m-tarif.html>. Расширенная версия мониторинга публикуется с мая 2010 г.

Как следствие, поверхностный подход к работе с объектами недвижимости, пренебрежение как тщательной камеральной, так и полевой проверкой чреваты аккумулярованием портфеля малоликвидной недвижимости.

Чтобы застраховаться, банки даже к бывшим «первоклассным» залогам применяют большие дисконты, с которыми соглашаются только те, кто исчерпал прочие альтернативы получить средства для развития бизнеса. Такая политика игнорирует не только накопленный опыт работы с клиентом, но и долгосрочные интересы самого банка. Очевидно, что риски тех компаний, которые, находясь в критической ситуации, соглашаются на жесткие условия банка, слишком высоки.

В этих условиях снова оказываются востребованными поручительства собственников и третьих лиц, которые позволяют банку уменьшить риски кредитования и получить пространство для ценового маневра. Вместе с тем очевидно, что полное преодоление этого барьера возможно только при адекватной государственной поддержке, в частности, через предоставление гарантий субъектам малого предпринимательства.

Серьезной проблемой с точки зрения формирования кредитной политики банка является рост доли теневых операций малых предприятий, который наблюдается в периоды ухудшения экономической конъюнктуры.



Источник: АНО «НИСИПП», 2009 год, опрос в пяти регионах РФ

Рисунок 8. Динамика оборота типичного малого предприятия, не отражаемого в отчетности, и идущего на «обналичивание»

По данным исследований НИСИПП, теневая составляющая в обороте малых предприятий в последние годы снижалась, особенно та ее часть,

которая не отражается в отчетности¹. Важно заметить, что во время последнего финансового кризиса уход в тень не стал основным способом выживания в условиях финансово-экономического кризиса, как это было характерно для малых предприятий в 1998 году.

Несмотря на значительные риски, большинство банков не снижает максимальные декларируемые сроки кредитования, которые достигают 10 лет. Вместе с тем отдельные банки, наоборот, сокращают сроки кредитования, фокусируя свою работу на кратко- и среднесрочном кредитовании оборотного капитала малых предприятий.

Банки могут пытаться расширить круг малых предприятий, сотрудничающих с ними, за счет оптимизации маркетинговой политики. Маркетинговая политика характеризует усилия, предпринимаемые банками для привлечения к сотрудничеству малых предприятий (работа в интернете, маркетинговые и рекламные акции, разработка и продвижение новых кредитных программ). По сути, она является первым шагом банка на рынке кредитования малого бизнеса. Необходимо отметить, что в настоящее время заметны тенденции к расширению спектра предлагаемых программ кредитования малого бизнеса, а также мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности предпринимателей, привлечения их интереса к кредитованию как возможности развития бизнеса.

Одним из двигателей этого процесса выступают государственные банки, в том числе ОАО «Российский банк развития» (РосБР), который за последний год существенно расширил линейку финансовых продуктов для поддержки малого предпринимательства. Опыт сотрудничества банков-агентов в рамках программ с РосБР, несомненно, будет оказывать влияние и на повышение качества собственных программ кредитования.

При этом разрабатываемые программы не всегда отражают потребности бизнеса. Прежде всего, отмечается отсутствие продуктов, имеющих отраслевые специфики. Преобладание универсальных программ, слабо учитывающих ограничения малых предприятий по залогу, ритмичности финансовых потоков, качеству учета и планирования, сдерживает развитие рынка.

Одним из принципиальных отличий малого бизнеса от крупных корпоративных клиентов является его подвижность. С точки зрения банка это отличие может являться «недостатком». Если крупный корпоративный клиент работает в определенном сегменте и в определенной отрасли и занимается своей деятельностью достаточно давно, имеет устойчивый

¹ См., например, Мигин С.В., Шестоперов О.М., Шеховцов А.О., Щетинин О.А. Оценка доли теневого оборота в малом предпринимательстве в 2002–2006 гг. – М.: МОНФ; Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства, 2007.

ряд контрагентов, партнеров и сложившуюся репутацию, все время находится в конкретном месте и в любой момент его можно там найти, то для малых предприятий, как правило, характерны небольшие сроки существования на рынке, возможность кардинального изменения профиля деятельности, отсутствие подтвержденной деловой репутации, отсутствие привязки к конкретному местоположению. Это делает кредитование малого бизнеса еще более рискованным. Однако именно специальные программы кредитования могли бы «привязать» такого клиента к банку, сделать его более прозрачным.

Заслуживает также внимания опыт отдельных банков, которые пытаются учитывать современные требования рынка при разработке программ кредитования. Так, расширяя спектр продуктов, доступных для собственников бизнеса, банки допускают возможность оформления кредита и приобретаемых активов на физическое лицо. Это обосновано тем, что снижение рентабельности бизнеса приводит к увеличению доли теневых операций, и клиентами банка во многих случаях становятся уже не компании, а предприниматели как частные лица.

Высокие рыночные риски (нарушения договоров, рост дебиторской задолженности) ограничивают стремление предпринимателей к развитию бизнеса. В этих условиях банк может выступить партнером, повышающим надежность в цепочках движения товара или услуги к потребителю. Вероятно, инструменты прямого финансирования будут уступать место таким инструментам, как страховки и гарантии, факторинговые операции, хотя сегодня эти виды услуг освоены банками в недостаточной степени.

Перспективы развития кредитования малого бизнеса

Подводя итог, хотелось бы подчеркнуть основные, на наш взгляд, негативные тенденции, ограничивающие развитие кредитования малых предприятий:

- особенности спроса, ограничивающие развитие кредитования, – отраслевая структура малого предпринимательства (доминирование торговых компаний), отсутствие или недостаточность залогового обеспечения, относительная молодость малых компаний (большинство российских малых предприятий находятся на начальных стадиях жизненного цикла), ухудшение показателей сектора малого предпринимательства, вызванное кризисом (сокращение числа компаний, падение оборота, инвестиций, рентабельности);
- особенности предложения – жесткая кредитная политика (высокие ставки кредитования, жесткие требования к заемщикам) при недостаточной маркетинговой активности банков (преобладают универсальные кре-

дитные программы, во многих банках отсутствуют регулярные маркетинговые исследования, позволяющие понять потребности малых предприятий, их соответствие требованиям кредитной политики банков).

Таким образом, мы видим, что банкам и заемщикам достаточно сложно устранить целый ряд противоречий. В частности, банки, опасаясь от повышенных рисков кредитования малого предпринимательства, сохраняют жесткую кредитную политику. Предприятия, не имея достаточных ресурсов (как финансовых и имущественных, так и административных) на выполнение требований банков, отказываются от дальнейшего развития и стагнируют либо ищут неформальные источники инвестиций. Преобладание универсальных краткосрочных кредитных программ отчасти обусловливается отраслевой структурой малого предпринимательства, где доминируют торговые компании, пользующиеся в основном именно короткими кредитами на пополнение оборотного капитала. Другие отрасли сталкиваются с серьезными проблемами при подборе кредитных программ. Высокий уровень издержек банков не позволяет им предлагать привлекательные ставки кредитования малых предприятий. Данный перечень можно продолжить.

Естественно, банки способны за счет более активных маркетинговых действий помочь клиентам с привлечением кредитных средств, настроив свои продукты в соответствии с возможностями малого предприятия, однако проведенный анализ дает основания полагать, что дальнейшие перспективы развития рынка кредитования малого предпринимательства как в количественном, так и в качественном отношении, во многом будут определяться действиями государства. Представляется, что государственные институты способны «распутать» те узлы противоречий между заемщиками и кредиторами, которые мы зафиксировали.

На банки с государственным участием уже сегодня приходится львиная доля кредитования сектора малого предпринимательства, при этом кредитование в основном происходит в рамках универсальных программ, а политика этих банков не согласована. Позитивные изменения может принести расширение объемов присутствия на рынке РосБР, сфокусированного на кредитовании малого предпринимательства в регионах, при активном вовлечении в этот процесс региональных партнеров.

Другое важное направление – реализация специальных программ поддержки кредитования, в частности программ субсидирования процентных ставок по кредитам.

Расширение присутствия государства через специальные программы позволяет решить сразу две задачи. Во-первых, подобные программы создают почву для долгосрочного планирования предпринимателей, ведь программы, по сути, являются инструментом для достижения долгосрочных целей самого государства (в лице федеральных или региональных органов власти, муниципалитетов). Во-вторых, они создают серьезный стимул для коммерческих банков развиваться в этом направлении. Вместе с тем потенциал программ кредитования может быть реализован только при одновременном развитии системы гарантирования, которая должна помочь решить проблему недостаточного обеспечения по кредитам для малых предприятий.

Третье направление стимулирования рынка кредитования малого предпринимательства – это общесистемные меры, направленные на повышение конкурентоспособности самих предприятий, стимулирование их к развитию и повышению спроса на инвестиции. Сюда можно отнести создание стимулов (финансовых, налоговых, имущественных) для развития малого предпринимательства в приоритетных сферах деятельности (не связанных с торговлей), разработку и внедрение кластерных инициатив на муниципальном и региональном уровне с привлечением местных инвесторов и предпринимателей, включая проведение мероприятий по развитию кооперации предпринимателей в рамках производственно-сбытовых цепочек.