УДК 336.77:334.012.64/.65

Плахова М.В.,

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Орловский филиал; преподаватель кафедры экономики и финансов (Российская Федерация, Орел)

Скоринг как форпост кредитования малого бизнеса

В статье автором рассмотрен один из инструментов, способствующий расширению доступа малых предприятий к кредитованию, что позволит сформировать антикризисные мероприятия в условиях действующей нестабильной ситуации сформировать комплексный анализ рынка субъектов малого бизнеса и спродуцирует клиентоориентированную стратегию развития малого бизнеса.

Ключевые слова: скоринг, малый бизнес, кредитование, скоринговая карта, ссуды

Ухудшение финансового положения коммерческих банков в кризисных условиях проявилось в увеличении просроченной задолженности по кредитам и снижении чистой прибыли, что указывает на несовершенство сложившейся практики управления кредитными рисками коммерческих банков.

Для обеспечения устойчивого роста реальный сектор экономики нуждается в кредитной поддержке, своевременном предоставлении кредитов по приемлемой стоимости. Правительство активно призывает кредитовать корпоративный сектор, что находит отражение в официальных высказываниях высшего руководства страны. Эта идея озвучена в проекте «Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года», разработанном Центральным

банком Российской Федерации (далее ЦБ РФ) и Правительством РФ.

Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует, что в силу целого ряда исторических, экономических и политических условий существует неоднородность характера бизнес-образования в разных странах. Вклад российского малого бизнеса в ВВП страны составляет лишь 15 – 17%, при том что в развитых странах он равен сорока и более процентам. Число субъектов малого предпринимательства определяется на уровне около 1,2% от общего числа граждан, проживающих в России. В США, например, на 245 млн. жителей приходится 24 млн. малых фирм, или почти 10%[1].

Государственное регулирование кредитования малого бизнеса – это сложный процесс, направленный на создание условий для практической реализации его существенных функций: обеспечение устойчивости системы; наиболее полный охват заёмщиков; стимулирование развития малого бизнеса.

Развитие малого бизнеса во многом зависит от экзогенных факторов, как социально-экономических, так и политических. Однако большинство субъектов малого бизнеса не имеют внутренних и внешних источников финансирования не только расширенного, но и простого воспроизводства, что усиливает необходимость и повышает роль государственного регулирования системы кредитования малого бизнеса[3].

Если кредитная система движется в сторону расширения кредитных сделок, увеличения охвата всех направлений деятельности малого бизнеса, то государственное регулирование является эффективным, в противном случае происходит относительное снижение сделок, кредитная система замыкается и приходит в упадок.

Государственное регулирование кредитной системы малого бизнеса осуществляется в форме разработки специальных норм, правил, процедур, способствующих облегчению взаимодействия предпринимателей и их кредиторов в целях реализации своих экономических интересов.

Одним из ключевых инструментов, позволяющих повысить эффективность и оперативность предоставления финансовых услуг малым предприятиям, является расширенное использование кредитного скоринга, который при его надлежащем применении может содействовать расширению доступа малых предприятий к кредитованию.

Скоринг – метод классификации всех заемщиков на различные группы для оценки кредитного риска; он представляет собой математическую или статистическую модель, с помощью которой на основе кредитной истории «прошлых» клиентов банк пытается определить, насколько велика вероятность возвращения конкретым потенциальным заемщиком кредита в срок.

Высокие риски кредитования малого бизнеса во многом обусловлены как низкой транспарентностью большинства предприятий малого бизнеса, так и неэффективной структурой экономики. Эндогенные факторы, как правило, связаны с дефектами управления.

На основе генезиса скорингового инструментария нами разработана матрица, заполнение которой позволит определить финансовое положения субъектов малого бизнеса при принятии решения об объеме и условиях кредитования, определении тарифного плана реструктуризации ссуды субъектов малого и среднего бизнеса, что представлено в таблице 1.

Таблица 1 — Определение категории качества ссуды с учетом финансового положения заемщика и качества обслуживания долга

Финансовое положение	Обслуживание долга		
	Хорошее	Среднее	Неудовлетворительное
Хорошее	Стандартные (I категория качества)	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)
Среднее	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)
Плохое	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)	Безнадежные (V категория качества)

Свои особенности имеют процедуры оценки кредитного предпринимательского риска и определения суммы резерва по ссудам.

Как показало проведенное нами эмпирическое исследование, банки от товароориентированной концепции переходят к клиенто-ориентированной концепции, что обеспечивает повышение их конкурентоспособности, рост доходности и мобилизацию всех ее ресурсов.

Мы проанализировали результаты SMS-опроса и пришли к выводу, что в большинстве банков сформирован модельный портрет потребителя банковских услуг.

Также результаты подтвердили, что существует жесткая статистика, в которой от 5 до 15% клиентов приносят до 100% прибыли, около 50% клиентов приносят убытки на уровне прибыли, примерно 25—45% клиентов покрывают всего от 1 до 5% издержек и те же 25—45% используют до одной трети всех доступных банковских услуг.

Приведенная статистика показывает, что «валовой» подход к анализу динамики предоставления услуг субъектам малого бизнеса и «игнорирование» динамики поведения и предпочтений предпринимателей могут привести работу банка к плачевным результатам и, как минимум, уже приводят к упущенной выгоде. Банкам, которые всерьез решили увеличить свою эффективность за счет развития отношений с предпринимателями, а на наш взгляд, это один из перспективных сегментов, необходимо отслеживать не только общую динамику предоставления банковских услуг и число ушедших к конкурентам предпринимателей, но и динамику потребительского поведения субъектов малого бизнеса, в частности снижение (увеличение) количества потребляемых банковских услуг, сумму ежемесячных вкладов предпринимателя, количество его обращений в год, наличие задолженности по оплате и т.д.

Кредитные скоринги — это просто инструменты для измерения риска, ими необходимо осторожно управлять, и делать это должны квалифицированные и опытные специалисты-практики. На основе вышеизложенного мы предлагаем использовать упрощенную скоринговую карту в работе с субъектами малого и среднего бизнеса, мониторинг которой осуществляется раз в квартал, что представлено в таблице 2. Применение скоринговой карты позволит определить точки роста, выявить проблемные группы, наметить и предложить варианты коммерческих предложений субъектам малого бизнеса.

Таблица 2 – Скоринговая карта работы с субъектами малого и среднего бизнеса

№	Субъекты малого бизнеса по видам услуг	Доля, %	Критерии оценки
1	.....	...	Отличное
2	.....	...	Хорошее
3	.....	...	Среднее
4	.....	...	Удовлетворительное
5	.....	...	Неудовлетворительное

В связи с разнообразием банковских операций и их особенностями не существует единого общепринятого концепта банковского дела с субъектами малого бизнеса. Однако следует выделить проанализированных нами преимуществ банковской деятельности:

– доступность финансирования для мелких и средних компаний;

– более тесное сотрудничество с предпринимателем и учет особенностей его бизнеса;

– возможность использования сопутствующих услуг банка при выходе компаний на зарубежные рынки, на которых уже работает данный международный банк;

– возможность оперативного привлечения средств.

Основной проблемой кредитования малого бизнеса является ограниченность финансирования[4] для крупных проектов, которая, по нашему мнению, может быть частично преодолена за счет синдицированного кредитования субъектов малого бизнеса. Также одной из проблем является относительно большая зависимость части сегментов малого бизнеса от национального банковского и валютного регулирования (а это в первую очередь характерно для предпринимателей, использующих импортное сырье).

По мнению части экспертов[2] одной из проблем является неклиенто-ориентированная политика банков, требующая пересмотра по следующим направлениям: условия проведений валютных операций, сроки и объемы раскрытия информации.

В последнее время все большее число крупных коммерческих банков почти во всех странах переходит на комплексное обслуживание субъектов малого и среднего бизнеса. Это означает, что помимо кредитно – расчетного и кассового обслуживания банки оказывают своим клиентам и целый ряд других услуг.

Представляется, что опыт комплексного обслуживания вполне приемлем и может использоваться отечественными коммерческими банками, что повышает их конкурентоспособность в привлечении депозитов и новых вкладчиков. Выдержать эту конкурентную борьбу сможет тот банк, который будет постоянно расширять диапазон оказываемых услуг субъектам малого бизнеса, а также улучшать качество кредитно-расчетного и кассового обслуживания, предоставлять какие-либо льготы при кредитовании, предлагать предпринимателям разного рода консультаций и т.п.

Таким образом, успешное продвижение новых услуг коммерческих банков на рынке будет возможно только с переходом банков к комплексному анализу рынка субъектов малого бизнеса и применение клиенто-ориентированной стратегии.

References

1. Korporativnye finansy, Vlijanie stepeni mezhdunarodnoj diversifikacii biznesa na ego jeffektivnost': sushhestvuet li optimal'nyj uroven' mezhdunarodnoj diversifikacii biznesa Shherbakov D.Ju. 2011, № 1, p.p. 94—102. (In Russ.)

2. Social'naja politika i social'noe partnerstvo, Social'no-jekonomicheskie aspekty formirovanija biznes-obrazovanija dlja malogo i srednego biznesa, Leonova Zh., Zhuravlev K, 2011, № 1, p.p. 62—68. (In Russ.)

3. Medvedev zazhigaet malomu biznesu zelenyj svet //http://www.logosinfo.ru/newsmain/news_2019.html.

4. Shinkareva L.I., Plakhov A.V. Income and risk firms with financial investments // Economic sciences and humanities. 2010. № 5 (220). P. 22-24.

[1] Медведев зажигает малому бизнесу зеленый свет // http://www.logosinfo.ru/newsmain/news_2019.html

[2] Социальная политика и социальное партнерство //Социально-экономические аспекты формирования бизнес-образования для малого и среднего бизнеса, Леонова Ж., Журавлев К. — 2011. — № 1. — С. 62—68.

[3] Петрище В.И., инструменты информационного обеспечения региональной инновационной системы// Среднерусский вестник общественных наук. — 2012. — № 3. — С. 238—245

[4] Шинкарёва Л.И., Плахов А.В. Доход и риск фирмы при финансовых инвестициях// Экономические и гуманитарные науки. — 2010. — № 5 (220). С. 22—24.

Plakhova M.V. — Specialist of Educational and Methodical Department of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russian Federation, Orel, e-mail: m_plakhova@mail.ru

SCORING AS AN OUTPOST OF SMALL BUSINESS CREDIT

In the article the author considers one of the instruments contributing to the expansion of small businesses access to credit, which will allow forming the anti-crisis measures under the current unstable situation and comprehensive market analysis of small businesses, and producing the client-oriented strategy of small business development; and it will expand the possibility of use of the accompanying bank services at an entry of the companies into the foreign markets at which the international banks already work.

Keywords: scoring, small business, credit, scoring card, loans, transparency, customer focus.