

УДК 336.77:334.72

О. І. Черняєва,

Інститут магістерської та післядипломної освіти Університету НБУ

КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Розкрито суть підприємництва та пріоритети банківського кредитування малого і середнього бізнесу, висвітлено напрями розвитку системи мікрокредитування в Україні, окреслено шляхи удосконалення банківського кредитування малого підприємництва.

It was shown the point of enterprise and the priorities banking crediting small and average business, it was highlighted the direction of development of the system microcrediting in Ukraine, it was shape the ways of improvements small enterprising.

Ключові слова: підприємництво, мікрокредитування.

Key words: business, microcredit.

ВСТУП

Формування ринкової системи господарювання в Україні пов'язане зі зростанням підприємницької активності в усіх сферах економіки. Одним із перспективних напрямів створення конкурентного ринкового середовища є розвиток малого та середнього бізнесу. Світовий досвід і практика господарювання показує, що найважливішим компонентом ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, оптимальне їх співвідношення. А найбільш динамічним елементом у структурі економіки є малий та середній бізнес. Саме розвиток малого і приватного підприємництва є тим індикатором, з допомогою якого можна зробити висновки про ступінь закріплення приватної власності, незалежності й відповідальності суб'єктів господарювання, рівень їх підприємницької культури та етики. Необхідність розвитку малого і середнього бізнесу зумовлюється тим, що сьогодні саме малими та середніми підприємствами створюється більша частина валового внутрішнього продукту в країнах із розвинутою ринковою економікою, на які нині орієнтується Україна.

Відомо, що у суб'єктів малого бізнесу власні ресурси є досить невеликими, а можливості отримати кредит обмежені з багатьох причин. Серед них — незацікавленість комерційних банків у видачі мікрокредитів. Та складна процедура прийняття банками відповідних рішень. Іншою вагомою причиною одержання кредиту є відсутність у суб'єктів малого підприємництва майна, що може бути заставою.

Різні аспекти банківського кредитування малого і середнього бізнесу постійно перебувають у полі зору вітчизняної та зарубіжної економічної науки. Істотний внесок у розроблення теоретичних і практичних аспектів окреслених проблем внесли В. Балюк, О. Білоус, О.Д. Вовчак, М.І. Крупка, А.М. Мороз, С.К. Реверчук, С.І. Савлук, Я. Чайковський, Н. Шелудько.

Актуальність теми механізму кредитування підприємств малого та середнього бізнесу, що досліджується, посилюється тим, що повільність та суперечливість просування України шляхом ринкових реформ значною мірою зумовлені недооцінкою ролі та значення малого та середнього підприємництва як структуроутворювального елемента ринкової економіки.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є визначення сутності підприємництва, виявлення основних проблем кредитування підприємств малого та середнього бізнесу, окреслення напрямів розвитку кредитування банками України.

Для реалізації мети були поставлені такі основні завдання:

- дослідити історію становлення сутності підприємництва;
- визначити переваги малого підприємництва;
- порівняти світовий досвід мікрокредитування з мікрокредитуванням в Україні;
- розкрити пріоритети розвитку системи мікрокредитування в Україні;
- окреслити напрями удосконалення банківського кредитування малого підприємництва.

РЕЗУЛЬТАТИ

Одним з найбільш актуальних питань становлення ринкової моделі господарювання залишається належне фінансове обслуговування малого і середнього підприємництва.

Вперше в історії економічної думки суть підприємництва як господарської діяльності, спрямованої на одержання доходу, розглядав англійський економіст і банкір Річард Кантільйон (1680—1734 рр.). Саме Кантільйон став першим теоретиком управління підприємством. Вивчивши господарську роль підприємця, він дійшов висновку, що саме ця категорія людей є "головним рушієм економіки" [1, с. 52].

Услід за Кантільйоном власну теорію підприємництва і управління виробництвом розвинув видатний французький вчений-економіст Жан-Батист Сей (1767—1832 рр.). Підприємець, на його думку, — активний, цілеспрямований, освічений, талановитий винахідник, прогресивний землероб, промисловець чи смілива ділова людина, яка готова йти на ризик заради зростання багатства [1, с. 77].

На основі ідей Жана-Батиста Сея про підприємця як новатора, носія технічного прогресу в 30—40-х роках ХХ століття відомий австрійський теоретик Йозеф Шумпетер (1883—1950 рр.) розробив свою теорію підпри-

емництва. Саме Й. Шумпетера в світовій економічній думці вважають класиком з цього питання.

Підприємцями Й. Шумпетер називає "господарські суб'єкти, функцією яких є саме здійснення нових комбінацій і які виступають як його активний елемент". У цьому він вбачає "основоположну функцію", що відрізняє їх від інших господарських суб'єктів. Відповідно до цієї тези Й. Шумпетер вважає, що підприємець, підприємницька діяльність притаманні не тільки ринковій економіці. Підприємець відповідно до даної позиції може бути і рівником державного підприємства в будь-якій суспільній формації, і землевласником, і вождем племені. Тобто постать підприємця вимальовується позаісторичною. У межах ринкової економіки підприємець зовсім необов'язково має бути фабрикантом. Підприємницькі функції виконує також і селянин, і ремісник, і представники вільних професій, різних прошарків суспільства. Але тільки в умовах ринкової економіки підприємець "існує як специфічне соціальне явище" [1, с. 233].

Нема сумніву, що постать підприємця є центральною в ринковій економіці. Саме з його діяльністю насамперед, пов'язується прогрес сучасного суспільства, динамізм економічної системи. І саме йому економічна система зобов'язана своїм прогресом, здійсненням нової нетрадиційної комбінації факторів виробництва. Тому цілком слушно видається спроба визначити роль і функції цієї постаті в житті сучасного світу, зокрема в розвитку малого підприємництва.

"Бути підприємцем, — пише Й. Шумпетер, — отже, робити не те, що роблять інші. Підприємець руйнує старий традиційний кругообіг заради становлення нового, який забезпечує динамізм економічній системі. Аби бути здатним до виконання підприємницької функції, індивід повинен володіти рядом специфічних рис, як-то: гострота бачення, вміння йти вперед поодиночі, йти невторованою дорогою, володіти ініціативою, авторитетом, даром передбачення, впливом на інших людей". Підприємець, за Й. Шумпетером, "революціонер в економіці і невільний зачинатель соціальної і політичної революції" [1, с. 233].

У сучасній світовій практиці носієм новаторської ідеї постає індивід, який розробляє її самостійно або в колективі однодумців. Обов'язкова при цьому умова — не обмежуватись самою розробкою ідеї, а, надавши їй комерційний характер, втілити в життя. Організаційні форми підприємницької діяльності в сучасній ринковій економіці дуже різні. В економічній галузі її основною ланкою є ділова фірма, організована як одноосібне підприємство, товариство (партнерство), корпорація.

Значимо, що мале підприємництво — це особлива форма економічної активності, яка передбачає: орієнтацію на досягнення комерційного успіху; інноваційний та ризиковий характер діяльності; перспективність, спрямування на подальший розвиток, розширення масштабів і сфери діяльності; свободу та самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень та здійсненні бізнесу; майнова відповідальність підприємців за результати господарювання; постійний характер господарської діяльності, укладання регулярних, а не одноразових угод [2, с. 12].

Мале підприємництво як певний стиль (тип) господарської поведінки має такі характерні риси: динамічність, ініціативність, підприємливість, цілеспрямованість, наполегливість у здійсненні задумів, творче ставлення до справи, пошук нетрадиційних рішень і нових способів дій, готовність до ризику, вміння управляти,

оперативність, орієнтація на потреби споживачів та їх поведінку на ринку, комунікативність.

Головною метою малих підприємств, звичайно, є отримання прибутку. Проміжними цілями їх діяльності — найповніше задоволення споживчого попиту на товари та послуги, зміцнення позицій на ринку, обслуговування певної групи клієнтів (сегмента ринку).

Загально визнані переваги малого бізнесу — це мобільність, здатність швидкого пристосування до змін споживчого попиту, гнучкість, раціональна організаційна структура підприємства, оперативність освоєння випуску нової продукції малими партіями, невисокі експлуатаційні витрати [3, с. 235].

Мале підприємництво як самостійний і незамінний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну перебудову в економіці країни, робить певний внесок у збільшення загальних обсягів виробництва, роздробного товарообороту, сприяє економії та раціональному використанню всіх ресурсів, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції та усунення монополізму в здійсненні підприємницької діяльності, забезпечує стимули до інноваційних процесів та високоефективної праці.

Загально відомо, що у суб'єктів малого бізнесу власні ресурси є досить невеликі, а можливості отримати кредит обмежені з багатьох причин. Серед них незацікавленість комерційних банків у видачі невеликих за розмірами кредитів — мікrokредитів. До того ж складною є сама процедура прийняття банками відповідних рішень. Та й відсутність у суб'єктів малого підприємництва майна, що може бути заставою при отриманні мікrokредиту, також є вагомою причиною. Причому існує думка, що, зважаючи на економічну кон'юнктуру, зокрема в галузі банківської діяльності, сподіватися на поліпшення цієї ситуації найближчим часом не варто.

Світовий досвід показує, що малий і середній бізнес переважним чином фінансується невеликими банківськими установами: земельними банками і ощадними касами, банками взаємного кредитування та кооперативними банками, які спеціалізуються на кредитуванні дрібних і середніх підприємств, а також на фінансуванні їхніх капіталовкладень. Рівень функціонування цих установ достатньо високий, вони задовольняють потреби клієнтів у найрізноманітніших фінансових послугах, пропонуючи не тільки кредити й інвестиції, а і фінансовий консалтинг (консультації щодо фінансового менеджменту, маркетингу, бухгалтерського обліку) та методичне забезпечення малого і середнього бізнесу. Перевага цих банків у обслуговуванні клієнтів з малого і середнього бізнесу — індивідуальний підхід, а відповідно індивідуальний сервіс для кожного клієнта.

В Україні спостерігається протилежна ситуація. Найбільші й великі банки країни, концентрують у своїх портфелях найбільшу питому вагу активів, у т.ч. за рахунок наданих кредитів та інвестицій. Також вони залучають найбільшу питому вагу коштів клієнтів, зокрема із сфери малого і середнього бізнесу, працюючи з ними через розгалужену мережу філій та відділень.

Наприклад, в організаційній структурі найбільших і великих банків України та їх філій обов'язково існують відділи (або сектори) мікrokредитування. Так, "Укрсиббанк" надає мікrokредити дрібним підприємцям — позики від 50 000 до 500 000 доларів США на розвиток приватного бізнесу. Відповідні позички надаються прискореним методом — шляхом заповнення певної анкети і підрахунку балів, що дає можливість приймати рішення по кредитуванню майже миттєво. Це так звані скорин-

гові системи основою яких є набір більш оптимальних соціально-демографічних характеристик позичальника, при яких ймовірність неповернення кредиту є незначною [4].

Майже всі банки, які кредитують малий і середній бізнес в Україні, працюють у рамках програм міжнародних фінансових організацій (ЄБРР, Німецько-український фонд). Так наприклад, у межах співпраці з Європейським банком реконструкції та розвитку ПАТ "МЕГАБАНК" пропонує кредитування підприємств малого та середнього бізнесу на сприятливих умовах: максимальна сума кредиту — до 750 000,00 доларів США, термін кредитування — до 5 років [5].

Ще складнішою є ситуація у регіонах, де, незважаючи на значну кількість малих банків, немає жодного, який спеціалізувався б на обслуговуванні малого і середнього бізнесу у регіональному масштабі.

Проте, необхідно зазначити, що, починаючи з IV кв. 2009 року, банківська система поступово змінює орієнтири в кредитуванні, не відмовляючись від надання кредитів великим корпоративним клієнтам. З метою нівелювання ризиків в умовах фінансової кризи банкіри охоче надають кредити середньому та малому бізнесу, особливо підприємцям, тобто товаровиробникам.

При цьому, безперечно, змінюються і вимоги до виду забезпечення; коефіцієнта платоспроможності; більш ретельно здійснюється перевірка реальності доходів та витрат представників малого та середнього бізнесу.

Основними пріоритетами розвитку в Україні доступної, зручної, розгалуженої й соціально спрямованої системи мікрокредитування повинні стати такі завдання [6, с. 50]:

- стимулювання банків та небанківських фінансових установ (зокрема, кредитних спілок, товариств взаємного кредитування і т.д.) до розширення мікрокредитування і вдосконалення законодавчого забезпечення їх діяльності;

- створення сприятливих умов для громадян і суб'єктів малого підприємництва в отриманні мікрокредитів, у тому числі за рахунок спрощення порядку їх надання, зменшення відсоткових ставок, збільшення строків користування;

- вдосконалення механізмів державної підтримки суб'єктів малого підприємництва в отриманні кредитів та розроблення національної програми мікрокредитування;

- налагодження системи інформаційно-освітнього забезпечення громадян у сфері кредитування;

- створення умов для розвитку небанківських фінансових установ;

- удосконалення нормативно-правового регулювання процедур кредитування банківськими і небанківськими фінансовими установами;

- вивчення і запозичення кращого світового досвіду у сфері розвитку мікрокредитування.

Принциповим питанням удосконалення банківського кредитування малого підприємництва є створення гнучкої системи гарантій, яка відкрила б можливості кредитування для всіх категорій підприємств. З ним пов'язана процедура, суб'єкт гарантування та питання забезпечення повернення кредиту. Як свідчить практика, існує декілька варіантів вирішення даного питання. Ризики бере на себе комерційний банк, приймаючи на свій ризик рішення з кредитування малого бізнесу. Недолік такого варіанта — його впровадження залежить від волевольності та стратегічного бачення керівництва конкретної банківської установи, ефективності його менеджменту, адже сьогодні банки здебільшого не довіряють су-

б'єктам малого бізнесу і не хочуть брати на себе ризики, пов'язані з їх кредитуванням.

Гарантії забезпечуються спеціалізованими фондами або іншими інститутами підтримки малого підприємництва. При цьому, фінансові ресурси таких установ, які можуть бути залучені з бюджету, спрямовуються не безпосередньо на кредитування, а на забезпечення комерційних кредитів. Недолік такого варіанта — недостатні обсяги бюджетних ресурсів та фінансування таких установ.

Гарантії за кредитами забезпечують державні та муніципальні органи влади для тих малих і середніх підприємств, які працюють у соціально значущих галузях економіки, беруть участь у виконанні державних замовлень, виконують заходи в рамках регіональних програм соціально-економічного розвитку територій та населених пунктів. Недолік такого варіанта — низький рівень залучення малих підприємств до виконання державних і муніципальних замовлень та необхідність розширення такої практики на центральному і регіональному рівнях.

Створення комерційних схем гарантування за кредитами для малого підприємництва — запровадження продажу гарантій як форми вкладання капіталу з метою отримання прибутку. Недолік такого варіанта — схеми комерціалізації гарантій ефективно застосовуються в розвинених ринкових країнах, але в Україні їх важко впроваджувати через поки що високий рівень ризиків ведення підприємницької діяльності в сфері малого підприємництва та загальну високу вартість процедур ведення бізнесу, а також через вкрай недостатні обсяги фінансово-кредитних ресурсів.

Отже, щоби поліпшити стан фінансового обслуговування підприємств малого і середнього бізнесу в Україні, необхідно, в першу чергу, банківським установам розробити свої стратегії виходу на ринок послуг для дрібних клієнтів, відповідно до цих стратегій внести зміни у менеджмент, операційну та технологічну діяльність, у сферу інформаційних технологій, враховуючи особливості функціонування і потреби клієнтів малого і середнього бізнесу.

Також необхідно широко залучати до співпраці західних консультантів — практиків з банківського обслуговування дрібних підприємств.

На державному рівні слід продовжувати роботу, спрямовану на залучення в Україну коштів міжнародних фондів, кредитно-фінансових установ, а також забезпечення доступу до цих ресурсів якнайширшого кола банків, які відповідають критеріям прийнятності даних установ.

Література:

1. Ковальчук В.М., Сарай М.І. Економічна думка в історичному аспекті: навчальний посібник. — Тернопіль: "Астон", 1999, — 268 с.
 2. Діба М.І. Малий бізнес на ринку України // Маркетинг в Україні. — 2001. — № 1. — С. 12—14.
 3. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т 1 / Ред. кол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.:Видавничий центр "Академія", 2000.
 4. [Електрон. ресурс]. — Доступний з: <http://ukraine.bnpparibas.com/>
 5. [Електрон. ресурс]. — Доступний з: <http://www.megabank.net/ua/>
 6. Стратегія розвитку малих і середніх банків у контексті глобалізаційних та євроінтеграційних процесів // Вісник НБУ. — 2005. — № 1. — С. 50—51.
- Стаття надійшла до редакції 25.05.2010 р.*