

Семотюк Л. Р.,

аспірант кафедри економіки підприємств і корпорацій Тернопільського національного економічного університету

ПРАГМАТИКА ЗАСТОСУВАННЯ КРИТЕРІЇВ ВИЗНАЧЕННЯ МСБ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ СПІВПРАЦІ З БАНКАМИ

У статті розглядаються питання критеріїв визначення малого та середнього бізнесу у вітчизняному законодавстві та їх адаптація до практичного застосування у вітчизняній банківській діяльності.

Ключові слова: *мале та середнє підприємництво, мікрокредит, кредитування.*

В статье рассматриваются вопросы критериев определения малого и среднего бизнеса в отечественном законодательстве, их адаптация к практическому применению в отечественной банковской деятельности.

Ключевые слова: *малое и среднее предпринимательство, микрокредит, кредитование.*

The article presents the criteria for small and medium businesses in the domestic law and their adaptation to practical application in domestic banking.

Key words: *small and medium enterprises, microcredit, lending.*

Постановка проблеми. Досвід економічного розвитку країн з ринковою економікою засвідчує про необхідність і доцільність розвитку малого та середнього бізнесу як напрям ефективного зростання, що створює об'єктивні умови для співпраці держави і виробничого сектора, забезпечення робочих місць, реалізацію спеціально-економічних програм, структурної перебудови та оновлення виробництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Успішний розвиток малого та середнього бізнесу визначається, в основному, фінансовим забезпеченням як довготривалого та короткострокового характеру. Проблемам розвитку МСП, його фінансуванню, присвячені праці таких відомих вітчизняних вчених, як, зокрема: З. С. Варналій, Л. І. Воротіна, О. І. Барановський, М. Д. Білик, Ю. І. Єхануров, В. В. Корнеєва, Д. В. Ляпіна, О. І. Хорольського, Ю. Ю. Юрченко тощо.

Проте дослідженню суті встановлення та розвитку МСП, а відтак критеріїв визначення їх та адаптації до практичного застосування у вітчизняній банківській практиці потребують додаткового дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою статті є дослідження критеріїв визначення МСП, їх адаптація до європейських норм та систематизація різних видів бізнесу для практичного використання вітчизняної банківської системи при кредитуванні МСП відносно продуктового ряду та схем обслуговування.

Виклад основного матеріалу. У працях вітчизняних та зарубіжних вчених зазначається про можливість вироблення та прийняття на законодавчому рівні єдиного або узагальненого визначення суб'єктів МСБ. При цьому підкреслюється, що для різних цілей можуть використовуватися різні визначення. Тобто для вирішення конкретних завдань (статистичні дослідження, розробка державних програм підтримки малих підприємств, оподаткування) необхідне чітке (формалізоване) визначення поняття «мале», «середнє» підприємство, а для визначення інших (наукові дослідження, освіта, фінансово-кредитна підтримка) – достатньо наявності загальних, узгоджених підходів до розуміння суті цих понять.

Незважаючи на обмежені можливості щодо прийняття єдиного універсального визначення суб'єктів МСП, у ЄС вже протягом багатьох років намагаються знайти єдиний підхід щодо цього питання для вирішення задач статистичного спостереження при проведенні аналізу діяльності МСП, їх ролі в економічних процесах. Водночас у кожній країні ЄС паралельно існують свої національні підходи до визначення МСП, які також варіюють залежно від конкретних завдань.

Згідно з рішенням європейської комісії від 06.04.2003 р., до МСБ входять підприємства, штат яких нараховує не більше 250 осіб, а річний обіг не перевищує 50 млн євро / сума річного балансу не перевищує 40 млн євро [2].

Проте у Великобританії у виробничій сфері фірма вважається малою, якщо в ній працює до 200 осіб і обсяг обороту становить 250 тис. ф. ст., у Франції відповідно – до 500 чоловік і річний оборот – до 250 млн франків, у Німеччині – число зайнятих до 49 чоловік і щорічний оборот менше 1 млн марок. Загалом у світі нараховується понад 50 визначень малого підприємництва [4].

Згідно із законом України № 4618-VI «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р., суб'єктами малого підприємництва є зареєстровані в уста-

новленому порядку як фізичні особи – підприємці, а також юридичні особи – суб'єкти підприємництва будь-якої організаційно-правової форми власності, в яких середня кількість працівників за звітний період не перевищує 50 осіб та річний дохід не перевищує 10 млн євро [1]. Цим законом Верховна Рада України гармонізувала з європейськими нормами формалізований підхід (відносно кількості працюючих та річного доходу) щодо визначення суб'єктів МСБ. Проте в згаданому законі замість традиційних у таких випадках середньооблікової чисельності працюючих та річного доходу в національній валюті використовується середня кількість працюючих та сума доходу в євро, визначена за середньорічним курсом НБУ, не вказуючи при цьому методу розрахунку цих величин. Крім того, нечітко визначено суб'єктів середнього бізнесу, адже виходячи із закону, до середніх належать усі інші, що не належать до малих або великих, тобто до них включено також фізичних осіб-підприємців (відповідно до закону № 2063 всі фізичні особи, які зареєстровані суб'єктами підприємницької діяльності вважалися суб'єктами малого підприємництва) в якій середня кількість працюючих за рік знаходиться в межах 50–250 осіб, а річний дохід – у межах 10–50 млн євро.

Незалежно від формалізованого визначення малого та середнього бізнесу, визначальною особливістю їх функціонування є потреба у зовнішньому фінансуванні, де визначальним є залучення кредитів банків. Розміри підприємств впливають на умови кредитування не тільки для позичальників, але й для самих банків. Для банків України проблеми сегментації різних видів бізнесу ускладнена внутрішніми суперечностями вітчизняного законодавства, а також тим, що НБУ не сегментує клієнтів згідно із законодавством та Державним комітетом статистики – звіти формуються окремо щодо фізичних та юридичних осіб. Така звітність значно ускладнює оцінку фінансового стану, аналітичну оцінку тенденцій розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу й критеріїв цільових сегментів, формування скорингових та рейтингових моделей, оцінку потенціалу ринку кредитування МСБ тощо. Крім того, для банків сегментація клієнтів щодо їх бізнесу є одним із основних критеріїв при визначенні умов, терміну, розміру кредиту та відсотків по ньому, набору послуг тощо. Тому вітчизняні банки проводять класифікацію юридичних та фізичних осіб, які займаються підприємництвом виходячи із власних принципів віднесення того чи іншого клієнта до сегмента малого, середнього та великого бізнесу. Враховуючи те, що будь-яка класифікація покликана спростити і систематизувати процес, в т. ч. і процес кредитування, кредитування підприємств малого і середнього, як правило, здійснюється вітчизняними банками на стандартизованій основі. До малого та середнього бізнесу застосовують технології, які можуть бути застосовані лише до цієї категорії клієнтів, тобто більш стандартизовані підходи щодо пропозиції програм з досить чіткими параметрами та вимогами до клієнтів. На сьогодні вітчизняні банки пропонують такі кредитні продукти для малого та середнього бізнесу, які практично відрізняються сумами кредиту та відсотками за ним.

Види кредитних продуктів для малого та середнього бізнесу

| Вид кредитного інструменту | Максимальна сума кредиту | Призначення кредиту | Особливості | Цільова аудиторія |
|---|--|--|---|---|
| Кредитна картка | До \$1-2 тис. Визначається індивідуально | Дрібні закупівлі, витрати під час відраджень | Без застави, гнучкість використання кредитних ресурсів та погашення кредиту | Приватні підприємці та юридичні особи будь-яких галузей |
| Овердрафт (платежі понад суму залишку на рахунку) | До \$25 тис. (залежить від оборотів за рахунком) | Поповнення обігових коштів | Гнучкість використання та погашення. Тільки у безготівковій формі | Юридичні особи |
| Кредитна лінія | Залежить від оборотів за рахунком | Поповнення обігових коштів | Гнучкість використання та погашення. Тільки у безготівковій формі | Юридичні особи |
| Експрес-кредит | \$5–10 тис. | Передусім поповнення обігових коштів | Без застави, швидкість оформлення, у готівковій і безготівковій формі | Приватні підприємці та юридичні особи, насамперед торговці |
| Мікрокредит | До \$30 тис. | Поповнення основного та обігового капіталу | Потрібна застава, проте відсоткові ставки нижчі. Як у готівковій, так і в безготівковій формі | Приватні підприємці та юридичні особи сфери торгівлі, виробництва, послуг |

| | | | | |
|----------------------------|-----------------|---|--|---|
| Кредит за програмою Агро+ | До 300 тис. грн | Поповнення основного та обігового капіталу | Надаються переважно у гривні. Кредит до 20 тис. грн можна отримати без застави | Приватні підприємці у сільській місцевості |
| Малий кредит | До \$100 тис. | Поповнення основного та обігового капіталу (у торгівлі – лише основного) | Індивідуальний графік погашення | Малі та середні підприємства |
| Мікропроектне фінансування | \$1002-5 тис. | Модернізація та перепрофілювання наявного бізнесу, освоєння нового бізнес-напряму | Оцінюється не поточний бізнес, а проект. Індивідуальний графік погашення кредиту | Малі та середні фірми, насамперед сфери виробництва та послуг |

Аналізуючи продуктовий ряд за кредитним обслуговуванням МСБ, доходимо висновку, що концентрація зусиль банку на пропозиції чітко визначеного спектра продуктів, орієнтованого на параметри цільового позичальника, дає змогу оптимізувати бізнес-процеси, а отже, здешевити продукт – як для банку, так і для позичальника. Сегментація клієнтів за різними форматами обслуговування відповідно до їх кредитних потреб дає змогу банку швидше і точніше орієнтувати свої кредитні технології на великі та однорідні групи позичальників, отримувати достовірну статистику для аналізу й оптимізувати ризики. Щодо клієнтів, то сегментація за кредитними потребами означає для нього простий і зрозумілий пакет документів, а отже, швидку видачу кредитів. У цьому сенсі щодо потреб клієнтів потрібно визначити такі сегменти:

- мікрокредитування (надання кредитів індивідуальним підприємцям і юридичним особам у мінімальному розмірі);

- кредитування основного капіталу (середньострокове і довгострокове кредитування у формі разових позик, кредитної лінії для придбання об'єктів основних фондів);

- кредитування оборотного капіталу (короткострокові та середньострокові кредити у формі овердрафтів, кредитних ліній для фінансування грошового обороту підприємств).

Для кожного сегмента ринку кредитування малого бізнесу характерним є свій кредитний продукт.

На нашу думку, відповідно до вищезазначеної сегментації ринку кредитів малому та середньому бізнесу, виправданим буде застосування її до окремих галузей, у яких працюють МСП. Це дозволить виділити необхідні для окремих підприємств інструменти, які підвищують їх кредитоспроможність.

Такими інструментами може бути компенсація частки сплачених процентів, видання цільових субсидій, гарантування чи страхування кредитів малому бізнесу. Ці інструменти характерні інтермедіаторам, до яких входить і фонд підтримки підприємництва.

Для кожного сегмента кредитування необхідно закріпити певну категорію інтермедіаторів, призначенням яких є опосередкування взаємодії фінансових агентів та одержувачів кредитів різних сталих кредитного процесу.

Головною перешкодою для розширення вітчизняного ринку мікрокредитування залишається недовіра між потенціальними позичальниками та кредиторами.

Звісно, кредитний бізнес у країні має альтернативу банківським кредитам у вигляді приватного або публічного розміщення акцій та самостійного виходу на ринки запозичень, то МСП такої можливості не має, а тому може сподіватися тільки на мікрокредитування.

У вітчизняній банківській практиці мікрокредитом вважається сума позик, еквівалентна 100 дол. США. Верхню межу або ліміт кожен окремих банк встановлює по-своєму: наприклад, «Прокредит банк» – 30 тис. дол., «Надра» – 125 тис. дол., «Форум» – 200 тис. дол., УБРР – 500 тис. грн [3]. Отже, можна констатувати, що різниця між мінімальними і максимальними сумами є значною. Так, якщо ми говоримо про розмір мікрокредиту у 30 тис. дол. США, то він є значущим, особливо для розвитку МСП, а отже, вимагає нормальної застави для забезпечення його своєчасного повернення основного тіла кредиту та відсотків по ньому. З іншого боку, мікрокредит у міжнародній практиці є інструментом підтримання розвитку інфраструктури, а не інструментом становлення, розвитку економіки. Адже головним пріоритетом мікрокредиту є боротьба з бідністю, самозайнятстю та розширенням МСП і створенням додаткових робочих місць.

Очевидно, для цих цілей будуть різні ліміти, умови кредитування та, відповідно, і різні програми кредитування. Як показує практика соціологічного опитування для приватних підприємців, які працюють на ринках, сума мікрокредиту 2–3 тис. дол. США їх не цікавлять – для них існує альтернатива працювати

з нелегальною економікою, оскільки розкривати всі свої фінансові потоки, показувати свій реальний баланс на цьому етапі вони не хочуть, через зниження купівельної спроможності населення і, відповідно, втратою впевненості у своєму бізнесі. А що стосується мікрокредитів від 3 до 15 тис. дол. США, реальний попит на які є у МСП, особливо у дрібному виробництві, то умови їх надання ґрунтуватимуться на схемах гарантування або забезпечення їх застави.

Вибір програм кредитування цілком залежить від пріоритетів державної політики щодо розвитку МСП. Отже, як засвідчує практика Чехії і Польщі, подібні мікрокредити краще за все реалізуються в умовах наявності гарантійної установи та пріоритетності державної підтримки щодо національних виробників. У Чехії, наприклад, мікрокредити не надаються на підтримку імпортерів. Тому розробляючи та реалізуючи схеми мікрокредитування необхідно, перш за все, визначити мету мікрокредиту, суми їх ліміту, виходячи із мети, умови надання (одноразово готівкою, пластиковою карткою, траншами тощо) та погашення (щомісячно, періодично, згідно розробленого графіку), форми забезпечення або без забезпечення тощо.

В останні роки вітчизняні банки готові видавати позичальникам кредитні картки без довідки про доходи. Найпростіше отримати кредитну картку без довідки про доходи тому позичальнику, хто давно обслуговується в банку, отримує заробітну плату на карту, має депозит або вчасно і повністю погасив раніше виданий кредит. Найбільший ліміт пропозицій кредитних карт без довідки про доходи надає «Дельта банк» – 50 тис. грн, до 10 тис. грн – в «Акта банку», у «Приватбанку» максимальний ліміт сягає 25 тис. грн (див. табл.) [3].

| Банк | Програма | Строк | Реальна ставка, річних | Комісія за зняття в мережі/інших банках | Макс. сума, грн. | Макс. строк | Щомісячне погашення | Пільговий період, днів (макс.) |
|-------------------|--------------------------------|----------|------------------------|---|------------------|--------------------|-----------------------------|--|
| Приват-Банк | Універсальна з коміс. щомісяця | 1–3 роки | 20,69-28,34% | 4% / 4%+5 грн. | 25000 | 36 міс. | 7% від заборг. | 55 |
| | Універсальна | | 32,59-37,38% | | | | 7%, мін. 50 грн | |
| Альфа-Банк | Альфа-Покупка | 1–2 роки | 30-49,38% | 4%+5 грн. | 20000 | 12 міс. з пролонг. | 7% від заборг. | до 50 (0,01% річних) |
| | Альфа-Преміум | | 43,36-71,54% | | 20000 | | | |
| | Альфа-Спринт | | 41,84-49,38% | | 10000 | | | |
| Дельта Банк | Delta – Portmone.com | 1–3 роки | 40,27-48,14% | 3%+15 грн. | 50000 | безстрок. | 5% від заборг. | 55 днів для операцій в торговельній мережі |
| | Кредитна карта комфорту | | 59,72%-68,43% | 4,90% | | | | |
| | Карта VICOTEC.UA | | 52,14-59,77% | 4%+15 грн. | | | 2% за-долж. | |
| | № 1 Еволюція | | 46,14-53,77% | 4%+15 грн. | | | | |
| | №1 Еволюція Дякую | | 45,97-53,31% | 3,75%+15 грн. | | | | |
| Фінанси та Кредит | Visa Classic | 1 рік | 52,38% | 4%+15 грн. | 10000 | 12 міс. | 5% від заборг., мін. 75 грн | 60 |
| | Visa Gold | | 60,46% | 4%+15 грн. | 10000 | | | |
| Акта Банк | Кредитка Акта-Банк | 1 рік | 54,23% | 5% / 7% | 5000 | 12 міс. | 10% від ліміту | 30 |

Висновки. Підбиваючи підсумки, варто наголосити, що застосування цільової сегментації та фокусування на потребах малого та середнього бізнесу сприяє зближенню банку зі своїми клієнтами та переходу на якісно новий рівень відносин між ними.

Література:

1. Закон України №4618-VI «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу. www.ipotekanet.ua/ 2008/ 08/28.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу. www.prostobank.ua.
4. Використані дані cia.gov, doingbusiness.org, eurostat, Національних статистичних відомств.