

## ЗНАЧЕНИЕ ВЫБОРА МОДЕЛИ КРЕДИТОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (МСП) В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Курбанов Э.Р. – соискатель ТФИ,  
Джамалов Х.Н. – к.э.н., доц. ТФИ.

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются значение выбора модели кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в обеспечении конкурентоспособности коммерческих банков. Осуществляется трактовка и анализ основных составляющих элементов действующих моделей кредитования субъектов МСП. Предпринята попытка обобщения научных дискуссий по системному изучению типов действующих моделей кредитования субъектов МСП и обоснована необходимость перехода коммерческих банков Республики Узбекистан к клиентоориентированной модели кредитования субъектов МСП.

**Ключевые слова:** малое и среднее предпринимательство (МСП), источники финансирования деятельности МСП, банковский кредит, модель кредитования, механизм кредитования, система кредитования.

## THE SIGNIFICANCE OF THE CHOICE OF A LENDING MODEL FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) IN ENSURING THE COMPETITIVENESS OF COMMERCIAL BANKS

### ABSTRACT

The article discusses the importance of choosing a lending model for small and medium-sized businesses (SMEs) in ensuring the competitiveness of commercial banks. Interpretation and analysis of the main constituent elements of existing models of lending to SMEs is carried out. An attempt has been made to generalize scientific discussions on a systematic study of the types of existing models of lending to SMEs and the need for the transition of commercial banks of the Republic of Uzbekistan to a client-oriented model of lending to SMEs has been substantiated.

**Keywords:** small and medium-sized enterprises (SMEs), sources of financing for SMEs, bank loans, lending model, lending mechanism, lending system.

Развитие активных банковских операций необходимо для достижения высокой маржинальной доходности банковской деятельности и роста проникновения в различные клиентские сегменты по комплексу банковских продуктов. Ожесточенная борьба за кредитование крупных организаций среди коммерческих банков привела к тому, что малый и микробизнес остаются непроработанными со стороны охвата банковских услуг, в том числе и операциями кредитования. Наряду с банками в этом сегменте начали активно действовать микрофинансовые организации и фонды поддержки малого бизнеса в регионах. Увеличивающийся спрос со стороны малых организаций на кредитные продукты в настоящее время не может быть полностью удовлетворен банковскими организациями. В связи с тем, что практика развития малого бизнеса Республики Узбекистан не имеет значительной накопленной истории взаимоотношений банков и нефинансовых организаций, отечественные коммерческие банки вынуждены решать проблемы формирования собственных кредитных портфелей по сегменту малого бизнеса, создавать модели работы в российских условиях и контролировать уровень просроченной задолженности. Учитывая высокую доходность кредитования малого бизнеса (уровень которой несколько ниже розничного), банки заинтересованы в развитии этого направления и производят активную экспансию в сектор малого предпринимательства. Исходя из сложившихся тенденций на рынке кредитов малому бизнесу, очевидна потребность в дополнительной теоретической и методической базе, включающей как особенности функционирования отечественных малых предприятий, так и специфику предлагаемых для них кредитных решений.

Несмотря на кажущуюся типичность подхода к организациям малого бизнеса и часто ошибочно проводимой аналогии с розничным кредитованием, актуальными становятся вопросы выработки консолидированного подхода к работе с кредитами для малого бизнеса в части оценки отраслевых рисков. Сегмент малого и среднего предпринимательства является одним из двигателей экономического роста любой страны и отрасли. Для развития данного сегмента в первую очередь необходимо определить источник финансирования субъектов МСП. На сегодняшний день основным источником является банковское кредитование. В свою очередь, в целях развития сотрудничества между коммерческими банками и субъектами МСП предлагается создание клиентоориентированной модели кредитования. Развитие рынка банковских услуг должно базироваться на модернизации банковских продуктов, бизнес-процессов и оценки рисков.

Разные модели могут обуславливать специфическую организацию процесса кредитования в банке, а также различную структуру самого банка и способ ее организации.

Среди моделей кредитования выделяются 4 основные группы[1]:

1. Продукт-ориентированная модель, направлена на постоянное создание и развитие банковских продуктов в количественном и качественном выражении, привлечение новых клиентов, рекламные кампании.

2. Риск-ориентированная модель, основана на ранжировании ставок в зависимости от надежности заемщика, его кредитоспособности и кредитной истории, осуществление андеррайтинга и мониторинга на более высоком уровне в зависимости от уровня принимаемого риска, рейтингование на основе внутренних рейтингов (IRB- подход).

3. Клиентоориентированная модель, подразумевает комплексный анализ клиентов и направлена на удовлетворенность клиента. Направлениями деятельности банка в кредитовании при использовании данной модели являются удержание старых клиентов, улучшение качества обслуживания и привлечение новых клиентов с помощью индивидуального подхода в работе с каждым из них. Поэтому одну из самых важных ролей играет сотрудник банка, который ведет переговоры с клиентом. Клиентоориентированность – характеристика бизнеса, отражающая место интересов клиента в системе приоритетов руководства и собственников [2].

4. Социально ориентированная модель (или этический, экологический, зеленый, альтернативный банкинг), существует, в основном, на Западе и характеризуется инвестициями в общественно полезное дело. Понятие возникло на основе инвестиций в устойчивое развитие.

Каждая из моделей кредитования имеет свои особенности при кредитовании субъектов МСП ввиду специфики их работы, описанные в таблице 1.

Таблица 1

## Модели кредитования субъектов МСП[3]

Степень развитости в Республике Узбекистан	Особенности
<b>Продукт-ориентированная модель</b>	
Развита	<ul style="list-style-type: none"> <li>– предлагается широкая линейка банковских продуктов, среди которых могут также быть выделены и специализированные продукты;</li> <li>– при использовании программ поддержки МСП процентная ставка может быть привлекательной для них.</li> </ul>
<b>Риск-ориентированная модель</b>	
Развита	<ul style="list-style-type: none"> <li>– главное внимание уделяется надежности заемщика, для чего требуется подтверждение с помощью оценки кредитоспособности и наличия положительной кредитной истории;</li> <li>– чаще всего банку сложно оценить МСП;</li> <li>– для субъектов МСП процентная ставка может оказаться чрезмерно высока, либо, в виду высоких рисков, им будет отказано.</li> </ul>
<b>Клиентоориентированная модель</b>	
Слабо развита	<ul style="list-style-type: none"> <li>– индивидуальный подход к работе с каждым клиентом;</li> <li>– клиент на первом месте. Прежде всего, это важно для субъектов МСП и физических лиц;</li> <li>– при использовании программ поддержки МСП процентная ставка может быть привлекательной для них.</li> </ul>
<b>Социально-ориентированная модель</b>	
Практически не развита	<ul style="list-style-type: none"> <li>– в Республике Узбекистан существуют банки лишь с определенными элементами данной модели;</li> <li>– часто уделяется особое внимание поддержке инициатив женских или молодежных ИП;</li> <li>– ограниченность направлений кредитования является существенным фактором для субъектов МСП.</li> </ul>

Однако вышеперечисленные модели в чистом виде встречаются редко. На практике банки реализуют смешанные модели, созданные на основе вышеперечисленных. У каждого банка может существовать своя уникальная модель кредитования субъектов МСП.

Субъекты МСП являются особой группой клиентов банков, нуждающейся в специализированной линейке продуктов, вследствие чего они выделяются в специальное направление. Однако некоторые банки разделяют направление корпоративного кредитования на услуги крупным клиентам и малым и средним предприятиям, но при этом у них часто отсутствует специализированная система оценки МСП из-за малой отдачи от этого сектора.

Для субъектов МСП обычно больше ограничений по суммам и срокам кредитования. Но в банках – участниках специализированных программ процентные ставки для МСП ниже вследствие поддержки различных фондов и государства. Субъектам МСП важен индивидуальный подход к работе. С целью определения наиболее подходящей модели кредитования необходимо учесть характерные особенности субъектов МСП.

В целом, можно сделать *следующие выводы и предложения*:

1. Развитие МСП играет значительную роль в развитии экономики и повышении уровня жизни и занятости населения в любом государстве. Для более активного развития МСП необходим источник финансирования. Сейчас основным таким источником является банковское кредитование, объемы которого недостаточны. В ВВП страны совокупный кредитный портфель коммерческих банков составляет более половины, из которых на долю кредитов, выданных МСП, приходится менее 10 %, что связано с высоким кредитным риском.

2. Развитие кредитования субъектов МСП может стать драйвером роста банковского сектора и экономики страны, а также позволит значительно диверсифицировать деятельность и принимаемые риски коммерческих банков Республики Узбекистан. Для привлечения же самих субъектов МСП необходимо создание клиентоориентированной модели кредитования с целью взаимовыгодного сотрудничества банков и малого и среднего предпринимательства. Пока же многие коммерческие банки обходят стороной этот сегмент потенциальных заемщиков, несмотря на призывы Правительства Республики Узбекистан его развивать.

3. С точки зрения клиентоориентированной модели кредитования и специфики работы с субъектами МСП, наиболее эффективным как для банка, так и для клиента является предложение пакетов банковских услуг (в т. ч. так называемые «перекрестные продажи») в сочетании с оказанием ряда небанковских услуг в рамках экосистемы банка, с применением подхода сегментации и стратегии универсализации, основанной на принципе фокусирования.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Новые модели банковской деятельности в современной экономике: монография / коллектив авторов; под редакцией О.И. Лаврушина. – Москва : КНОРУС, 2017. с.44-68.
2. Марасеева, А.Ю. Клиентоориентированная модель обслуживания в банковском сервисе / А.Ю. Марасеева // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 4. – С. 203–205.
3. Банковское дело: управление в современном банке : учебное пособие / Р.Г. Ольхова. – второе издание, переработанное и дополненное. – Москва : КНОРУС, 2012. – 304 с.
- 4.; Браковская, М.В. Развитие альтернативных и этических финансовых институтов в Европе / М.В. Браковская, Н.М. Суренкова// Современные корпоративные стратегии и управленческие технологии в России : сборник научных статей. – Выпуск 8, в трех частях. – Москва : Издательство Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, 2013. – С. 46–51.
5. Соколинская, Н.Э. Клиентоориентированная модель деятельности банков и пути ее построения / Н.Э. Соколинская // Банковские услуги. – 2014. – № 1. – С.13–18
6. Djamalov Kh. N. THREE-DIMENSIONAL SYSTEM FOR ESTIMATING EFFICIENCY AND AGREEMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY PRIORITIES// NOVATEUR PUBLICATIONS JournalNX- A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal ISSN No: 2581 - 4230 VOLUME 7, ISSUE 6, June. -2021, p.365-370