

Л.А. Гребенюк, Луцький національний технічний університет

ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Стратегія кредитування малого бізнесу, як і будь-яка інша стратегія, відображає суб'єктивну сторону здійснення банківських процесів. Самі по собі малий бізнес і банківська система є об'єктивними явищами, що існують незалежно від волі окремих суб'єктів банківської системи і загалом відображають об'єктивні закономірності розвитку. Механізми розподілу фінансів, організація руху грошових коштів, хоча і підпорядковані об'єктивним закономірностям, але не спрацьовують самі по собі. Вони встановлюються конкретними суб'єктами, які керуються багатьма факторами фінансового, економічного і гуманітарного характеру, поєднуючи при цьому як загальносуспільні, так і власні інтереси.

Суб'єктами формування стратегії кредитування малого бізнесу є Національний банк України, Кабінет Міністрів України, органи законодавчої влади, а суб'єктами реалізації – комерційні банки та суб'єкти господарювання. Саме тому зазначена стратегія є переплетенням широкого спектра різноманітних інтересів окремих фінансових і господарських структур.

Основним протиріччям, яке повинна вирішувати стратегія кредитування малого бізнесу, є протиріччя між фінансовими можливостями та потребами суб'єктів кредитних відносин.

З наведеного випливає, що значення стратегії кредитування малого підприємництва зводиться в основному до:

- визначення необхідних джерел формування ресурсної бази, яка дозволить у необхідних обсягах задовольнити потреби клієнтів;
- встановлення напрямків ефективного використання ресурсів;
- послаблення залежності малого бізнесу від інших джерел фінансування.

Розробка стратегії кредитування малого бізнесу передбачає 7 основних етапів:

1. Проведення дослідження потреби в кредитних коштах клієнтів малого бізнесу.
2. Узагальнення висновків щодо потреби в кредитних коштах.
3. Виявлення можливостей збільшення кредитних вкладень.
4. Визначення стратегічної мети кредитування малого бізнесу; оцінка допустимого рівня ризику.
5. Визначення джерел кредитних ресурсів.

6. Визначення типу стратегії, методів та інструментів реалізації стратегії кредитування малого бізнесу.
7. Реалізація стратегії кредитування малого бізнесу повинна містити в собі як систему контролю ключових елементів стратегії, так і оцінку та забезпечення реалізації стратегії.

Мета стратегії кредитування малого бізнесу має подвійний характер. З одного боку, вона спрямована на прибутковість банківських установ, а з іншого – на задоволення потреб малого бізнесу у кредитних ресурсах, тобто на нарощування кредитного портфеля суб'єктів малого бізнесу.

У процесі реалізації останнього етапу може виникнути потреба в перегляді стратегії кредитування малого бізнесу. Якщо такої потреби не виникає, то це означає поступове нарощення кредитного портфеля клієнтів малого бізнесу.

У свою чергу, така позитивна динаміка зростання кредитного портфеля передбачає постійне узагальнення результатів та надання пропозицій щодо підвищення ефективності кредитування малого бізнесу.

Проходження даних етапів мають циклічний характер, а закінчення кожного наступного циклу вимагає більш ефективного дослідження та прийняття якомога ефективніших рішень щодо процедури кредитування клієнтів малого бізнесу з врахуванням вимог ринку. Саме завдяки цьому банки наростають клієнтську базу і, відповідно, збільшують вартість своїх робочих активів та отримують прибуток.