

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

DOI: 10.36683/2306-1758/2021-2-36/5-15

УДК 336.717.061:334.6

Парушина Н.В., Акимова М.В., Петроченко Т.В.

АНАЛИЗ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО РАСШИРЕНИЮ ПАКЕТА КРЕДИТНЫХ ПРОДУКТОВ

Парушина Наталья Валерьевна

доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028,
г. Орел, бульвар Победы, д. 5А;
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и
торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12
e-mail: parushinan@mail.ru

Акимова Марина Владимировна

экономист
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и
торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12
e-mail: marina-akimova-99@mail.ru

Петроченко Татьяна Владимировна

ведущий специалист кафедры экономики и экономической
безопасности
Брянский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при Президенте Российской
Федерации»; РФ, 241050, г. Брянск, ул. Горького, д. 18
e-mail: tasha-032@mail.ru

Parushina Natalia Valerievna

Doctor of Economic Sciences, Professor
Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian
Presidential Academy of National Economy and Public
Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian
Federation;
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya
Street, Orel 302028, Russian Federation
e-mail: parushinan@mail.ru

Akimova Marina Vladimirovna

economist
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya
Street, Orel 302028, Russian Federation
e-mail: marina-akimova-99@mail.ru

Petrochenko Tatiana Vladimirovna

Leading Specialist of the Department of Economics and Economic
Security
Bryansk branch of The Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration; 18 Gorkogo Street, Bryansk
241050, Russian Federation
e-mail: tasha-032@mail.ru

Привлечение внешних и внутренних финансовых источников для развития и расширения сферы деятельности является приоритетом в стратегии функционирования субъектов малого и среднего бизнеса. В период пандемии и постпандемный период предприятия малого и среднего бизнеса находятся в состоянии выхода из кризиса, поиска новых направлений деятельности и сегментов бизнеса. Часть проектов, которые связаны с расширением сферы бизнеса, являются новыми, стартовыми, что требует привлечения дополнительных оборотных средств для становления рынков. Эти источники основаны на государственной поддержке и банковском кредитовании. Новые направления кредитования связаны с финансированием стартапов под новые проекты, виды деятельности, экспортное развитие, трудовую занятость. К сожалению, банки неактивны в продвижении политики финансовой поддержки стартапов, хотя данный вид банковского продукта является эффективным и востребованным. Цель статьи заключается в обосновании необходимости кредитования малого бизнеса и расчете экономической эффективности принятых управленческих решений по кредитованию стартапов. Методика исследования строилась на применении методов монографического и периодического исследования, сравнения, коэффициентного анализа. Научная новизна предложений заключается в развитии теоретико-методических и практических предложений кредитования малого бизнеса под стартап-проекты. Предложения и рекомендации авторов направлены на расширение пакета банковских продуктов для коммерческих банков на основе пред-

Attracting external and internal financial sources for the development and expansion of the field of activity is a priority in the strategy of small and medium-sized businesses functioning. During the pandemic and post-COVID period, small and medium-sized businesses are in the state of overcoming the crisis and search for new areas of activity and business segments. Some of the projects related to the expansion of the business sphere are new, starting ones, that requires attracting additional working capital for markets formation. These sources are based on the government support and bank crediting. New areas of crediting are associated with the financing of new projects, activities, export development, and employment. Unfortunately, banks do not actively promote the policy of financial support for startups, although this type of banking product is effective and is in demand. The purpose of the article is to substantiate the necessity to credit small businesses and calculate the economic efficiency of management decisions on crediting startups. The research methodology was based on the use of methods of monographic and periodic research, comparison, and coefficient analysis. The scientific novelty of the proposals is in the development of theoretical, methodological and practical proposals of crediting small businesses for startup projects. The authors' suggestions and recommendations are aimed at expanding the packet of banking products for commercial banks based on a new type of services – crediting startups of small business and

ложения нового вида услуг – кредитования стартапов малого бизнеса и начинающих предпринимателей. *entrepreneurs-beginners.*

Ключевые слова: аннуитетные платежи, банковский продукт, коммерческий банк, предпринимательство, процентная ставка, стартап.

Keywords: annuity payments, banking product, commercial bank, entrepreneurship, interest rate, startup.

Парушина Н.В., Акимова М.В., Петроченко Т.В. Анализ кредитования малого бизнеса и принятие управленческих решений по расширению пакета кредитных продуктов // Экономическая среда. – 2021. – №2 (36). – С. 5-15. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-2-36/5-15>

Parushina N.V., Akimova M.V., Petrochenko T.V. Analysis of small business crediting and making management decisions on expanding the packet of credit products. *Economic environment.* 2021; 2 (36): 5-15. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-2-36/5-15>

Введение. Поддержка малого и среднего бизнеса в нынешних условиях связана с рождением отдельных сфер и отраслей, которые особо пострадали в период пандемии коронавируса. Эта поддержка проявляется не только в государственном регулировании финансирования и развития предпринимательства через реализацию национальных проектов и программ, но и в привлечении иных источников инвестирования деятельности и создания новых рабочих мест. Причем финансовая поддержка связана не только с функционированием уже действующих предпринимательских структур, но и с выделением средств на становление и развитие новых стартапов. Стартап-проекты являются новым видом предпринимательских проектов в различных сферах деятельности, разработчиками которых являются преимущественно молодые предприниматели или студенты вузов. Кредитные источники финансирования предпринимательства наиболее доступны, имеют ряд преимуществ, несмотря на то, что риски предоставления и возврата кредитных средств до сих пор велики. Кредитные ресурсы должны быть доступны для всех заинтересованных кредиторов и представляют собой источник поддержки и финансирования стартапов, которые в последние годы распространены среди молодежи.

Обоснованию расширения пакета кредитных продуктов, стартап-проектов, посвящена научная статья.

Материалы и методы. Анализ публикаций по проблеме научной статьи показал, что, несмотря на распространение кредитных продуктов, которые предлагают банки на развитие малого и среднего бизнеса, тематика исследований недостаточно обширна. В основном публикации авторов касаются кредитования малого и среднего бизнеса и обоснования развития политики кредитования как инструмента финансовой поддержки малого и среднего бизнеса.

По мнению Я. Ю. Радюкова, В. Ю. Сулягина, Е. А. Колесниченко, многие коммерческие банки заинтересованы в обслуживании субъектов малого предпринимательства, потому как все участники экономических отношений реализуют собственные экономические интересы. Авторы отмечают, что коммерческие банки финансирование малого бизнеса приводит к диверсификации банковской клиентуры, расширению предоставляемых операций, привлечению большего количества клиентов в банк и, конечно, увеличению прибыли [16].

В дополнение Н. Н. Костина, Н. И. Даниленко, А. В. Ивлев отмечают, что малые предприятия очень нуждаются в финансовой поддержке. По данным комитета по финансовым рынкам и кредитным организациям, потребность малого бизнеса в кредитовании удовлетворена только на 30-40%. При этом авторы отмечают несколько причин, по которым замедляется развитие рынка кредитования малого бизнеса. К ним относятся: ужесточение требований банков к заемщикам; внешнеполитические факторы; рост ставок кредитования; негативные ожидания владельцев бизнеса; снижение потребительского спроса [9].

П. А. Ибрагимова, М. Х. Абдуев, А. С. Токаева делают акцент на том, что успех и развитие бизнеса часто зависят от правильного выбора типа и формы кредита. Здесь главное четко понимать цель привлечения заемных средств и внимательно изучать условия кредитования. Сейчас самая популярная тема - небольшие кредиты от 30 до 300 тысяч рублей. Начинающие предприниматели смогут получить микрокредиты для открытия собственного дела или развития его при поддержке государства. При этом правительство старается минимизировать все формальности при выдаче микрокредитов. Решение о выделении денег принима-

ется буквально в течение нескольких дней [4].

Политику кредитования малого и среднего бизнеса в настоящее время реализует множество банков. Так считает автор А. Ю. Кособуцкая [8]. Это, например, Сбербанк, ВТБ, Россельхозбанк, что позволяет комплексно обслуживать данный сегмент рынка и учитывать интересы всех участников. Популярность данного сегмента связана в первую очередь с развитием его государственной поддержки. В условиях расширения сферы кредитования, развития процессов цифровизации, происходящих технологических новаций структурные изменения в экономике и финансовом секторе, по мнению А. В. Мурычева, оказывают существенное влияние на подготовку кадров на финансовом рынке, особенно в кредитных организациях. Все это требует в этих условиях особых мер по стандартизации и независимой оценке квалификации и модернизации системы банковского и финансового образования [12].

Проведенный анализ зарубежных кредитных продуктов показал их широкое разнообразие и выделение особого места кредитованию малого и среднего бизнеса в их структуре. Поскольку малый и средний бизнес занимает значительную долю в экономиках развитых стран, развитие кредитных продуктов для этой категории заемщиков вполне объяснимо. Нормативная среда зарубежных стран создает благоприятные условия для ведения бизнеса, что подтверждается исследованием Всемирного банка [5]. И такая политика зарубежных стран в поддержке предпринимателей через политику кредитования вполне понятна и оправдана. Авторы А. В. Артюхов, О. В. Устинова, Е. Пономарева указывают, что человек обладает идеей, пусть не слишком гениальной, но способной приносить доход, удовлетворять некоторые потребности общества в товарах и услугах. При этом зачастую не имеет средств, чтобы начать и развить бизнес [1]. В США, например, данная проблема в значительной мере решается государством. Существует также множество финансовых институтов, способных помочь в этом вопросе. Одним из таких институтов являются «венчурные инвесторы» (фонды, частные лица). Зарубежные авторы за последние годы активно пишут и обсуждают вопросы и проблемы кредитования малого бизнеса. В их числе А. Hilmi [19], Y Tang, Z. Li, A. Moro, S. Sozzo [25], P. E. Strahan, J. P. Weston [24], Shradha Bindal, Christa H.S. Bouwman, Shuting (Sophia) Hu, Shane A. Johnson [23]. В списке обсуждаемых вопросов: повышение доверия в кредитных отношениях, поддержка новых моделей бизнеса, практика кредитования в зарубежных странах, изменение банковской отрасли и политики кредитования по финансированию малого бизнеса и другие.

Публикации российских авторов в зарубежных журналах и собственные исследования авторов статьи по научной проблематике основаны на выдвижении гипотез относительно повышения качества жизни через призму банковского обслуживания и расширения комплекса банковских продуктов для малого предпринимательства: А.М. Kabdulsharipova, M.U. Rakhimberdinova, E. S. Madiyarova [20], N. Parushina, S. Deminova, N. Suchkova [22].

В современном обществе с его развивающимися экономическими отношениями доказанным является факт зависимости степени развитости экономики той или иной страны от уровня развития сегмента малого бизнеса. Так, в период с 2018 по 2020 годы в России наблюдается снижение количества малых и микропредприятий соответственно на 13,79% и 5,28% [2]. Министр финансов России объясняет такую динамику расширением малых предприятий. Доля малого бизнеса в экономике России оценивается в 20-30%, тогда как в развитых странах этот показатель больше половины [18]. В соответствии с этим возрастает необходимость поддержки малого бизнеса как со стороны государства, так и со стороны кредитных организаций. Сегодня государство осуществляет широкий комплекс мер, направленных на поддержку малого бизнеса и предпринимательской инициативы [14]. Финансовую поддержку оказывают и коммерческие банки, что отражается в предоставляемых ими кредитных продуктах, однако в настоящее время в нашей стране остается неудовлетворенным спрос малых предприятий на банковское кредитование, что объясняется повышенной степенью бан-

ковских рисков, связанных с предоставлением кредитов малому бизнесу. Для того чтобы обезопасить себя от пагубного воздействия этих рисков, банки устанавливают повышенные процентные ставки по кредитам, усложняют процедуры предоставления и условия кредитования. Так, обязательными требованиями ПАО «Сбербанк» являются: период осуществления предпринимательской деятельности, который составляет от трех месяцев и выше; наличие залога и поручителей [10]. Для начинающих предпринимателей, которые еще не начали свое дело ввиду недостаточности финансовых ресурсов, данное требование является трудновыполнимым.

О.В. Кириллова убеждена, что важным направлением работы банков с предприятиями малого бизнеса стала разработка и внедрение принципиально новых кредитных продуктов в первую очередь так называемых кредитных фабрик. Такие фабрики – это попытка переноса розничных технологий кредитования на работу с малым и средним бизнесом. Среди отличительных черт кредитных фабрик – небольшой объем займа (до 3 млн рублей), поточное принятие решений о кредитовании (иногда за счет скоринговых моделей), практика беззалоговых кредитов. Некоторые программы предусматривают кредитование не самого бизнеса, а предпринимателя как физического лица [6].

Обсуждение проблем и перспектив кредитования малого и среднего бизнеса ориентировано на поддержку бизнеса, его развитие и расширение. О финансировании и вложении средств в стартап-проекты речь не идет. Да и само понятие стартапа пока является относительно новым, что требует проработки инструментов, методики оценки, расчета рисков и эффективности вложения средств в поддержку новых идей и бизнеса, который может получить развитие в будущем или затухнуть из-за рисков невозврата кредита.

Зачастую банковские кредиты под стартапы рассматриваются предпринимателями как наименее предпочтительный способ получения денежных средств на новый бизнес. И причина этого не только и не столько высокие процентные ставки, сколько сложность и длительность получения кредита. Дело в том, что банки с большой неохотой выдают кредиты молодым и неоформившимся предприятиям, поскольку велики риски невозврата денежных средств. Главная особенность кредитования молодого бизнес-проекта заключается в его неопределенности – невозможности подтвердить собственные доходы и гарантировать будущую прибыль [11]. Грамотное управление рисками позволяет банкам выстраивать долгосрочную оптимальную стратегию работы, оперативно балансировать и снижать риски по операциям в кризисных ситуациях.

Высоко оценивая потенциал развития малого бизнеса в России, коммерческие банки должны принять меры по разработке новых видов кредитных продуктов начинающим предпринимателям на реализацию их стартапов с обязательным сохранением допустимого уровня кредитного риска. При разработке и последующем внедрении нового кредитного продукта в ПАО «Сбербанк» важно оценить все возможные риски, угрозы, конкурентные преимущества внедряемого продукта, провести экономическое обоснование эффективности предлагаемых мероприятий и только после этого осуществлять их. Для увеличения объема и качества кредитного портфеля услуг в ПАО «Сбербанк» предлагается ввести новый вид кредита «Стартап». Данный кредитный продукт ориентирован на инициативную и талантливую часть населения, имеющего желание начать свой бизнес. Отличительной особенностью данного кредитного продукта станет отсутствие требования по минимальному сроку ведения бизнеса, которое установлено в кредитных продуктах «Кредит на проект», «Инвестиционный». Величина банковского кредитного риска будет компенсироваться повышенной процентной ставкой – 13% годовых, которая при наличии определенных условий будет меняться. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика уже функционирующих кредитных продуктов Сбербанка для малого бизнеса и нового предлагаемого продукта.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика нового и действующих в ПАО «Сбербанк» банковских кредитных продуктов для финансирования стартапов

Условия	Кредитный продукт		
	«Кредит на проект»	«Инвестиционный»	«Стартап»
Кому подходит	ИП, ООО	ИП, ООО	ФЛ, ИП, ООО
Возраст заемщика	21-70 лет	21-70 лет	21-70 лет
Ставка	11 %	11 %	13 %
Сумма кредита	2,5-200 млн руб.	0,1-10 млн руб.	0,1-100 млн руб.
Срок кредита	До 120 мес.	До 180 мес.	До 180 мес.
Наличие обеспечения	необходимо	необходимо	необходимо
Доля собственных средств заемщика	20%	20%	10%
Возможность предоставления отсрочки платежа	До 12 мес.	нет	нет
Срок ведения хозяйственной деятельности	От 3 мес.	От 3 мес.	нет

Преимущества предлагаемого кредитного продукта по сравнению с используемыми продуктами:

- расширение круга потенциальных заемщиков (кредит могут брать еще и физические лица);
- увеличение диапазона выдаваемой ссуды, что делает кредитный продукт интересным для разных групп заемщиков;
- более низкие требования по обязательной величине собственных средств заемщика для финансирования проекта;
- возможность предоставления отсрочки платежа;
- отсутствие требования по минимальному сроку ведения хозяйственной деятельности;
- льготные условия кредитования для заемщиков, соблюдающих требования по своевременной выплате кредита более года.

Каждый вновь созданный инновационный продукт проходит определенные этапы своего развития, в ходе которых руководству банка необходимо проводить постоянный мониторинг оценки качества и конкурентоспособности продукта.

Для успешного внедрения нового кредита «Стартап» руководству банка необходимо разработать и провести комплекс мероприятий, способствующих его быстрому и эффективному продвижению среди потенциальных заемщиков. На рисунке 1 представлен примерный список рекламных мероприятий, которые ПАО «Сбербанк» может использовать для внедрения нового кредитного продукта.

Массовая реклама делает продукт запоминающимся и способствует увеличению целевой аудитории, которая в дальнейшем может стать потребителем новой кредитной услуги.

Таким образом, для внедрения нового банковского продукта в ПАО «Сбербанк» необходимо провести комплекс мероприятий, включающих в себя расчетный анализ эффективности вводимого продукта, оценку его конкурентоспособности, предполагаемую аудиторию потребителей; рекламные мероприятия по продвижению продукта; подготовку необходимого оборудования и технических средств; обучение банковского персонала; постоянный мониторинг качества и спроса на продукт; внесение изменений в модификацию продукта с целью поддержания высокого спроса на него; оценку влияния эффекта от инновации.



Рисунок 1 – Использование рекламы для продвижения нового банковского продукта в ПАО «Сбербанк»

Результаты и обсуждение. Перед расчетом экономического эффекта от внедряемого кредитного продукта необходимо определиться с общим планом задач, стратегией, на основании которой будет определяться эффективность внедряемой инновации. Инновационный банковский продукт – конечный результат инновационной деятельности банка в виде новых или модифицированных продуктов и технологий их реализации на рынке. На рисунке 2 представлен перечень критериев, необходимых для оценки банковской инновации.

Сначала необходимо рассчитать доход, планируемый к получению от внедрения нового кредитного продукта. Для этого важно спланировать потенциальные рынки сбыта и численность аудитории, заинтересованной в использовании кредитного продукта.

Возрастная категория потенциальных заемщиков – 20-29 лет, то есть делается предположение, что наиболее заинтересованной группой населения будут выпускники высших образовательных учреждений, поскольку их предпринимательская активность, как правило, выше, чем у более старшего поколения. По данным Росстата, на 2020 год численность населения России в возрасте от 20 до 29 лет составляет 16316000 человек [17]. Из них примерно 60% хотели бы начать свой бизнес – таковы результаты социологического исследования [13].

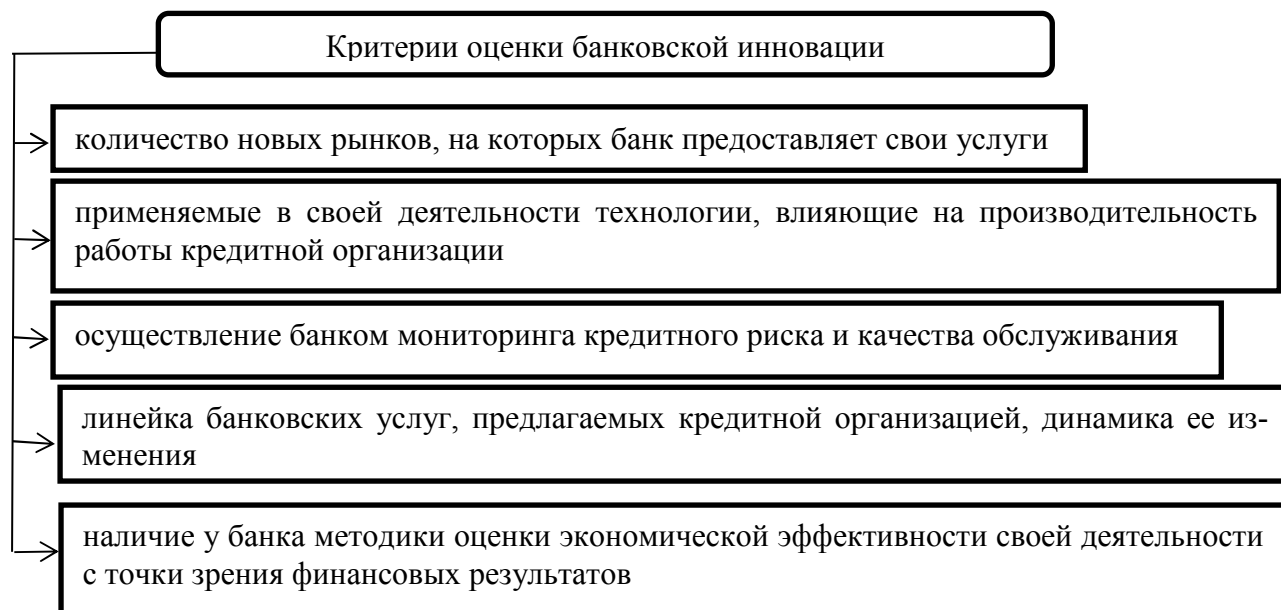


Рисунок 2 – Критерии оценки эффективности банковской инновации

Следовательно, если предположить, что каждый российский студент, изъявляющий желание открыть собственный бизнес, возьмет 1 кредит «Стартап», то количество выданных кредитов составит 9790000 (штук). Средний размер кредита, предоставленный одному заемщику, представляется равным 2000000 рублей. Ввиду объективных причин и времени, необходимо-го начинающему бизнесу для начала своей деятельности и получения первой прибыли, основным методом расчета кредитных платежей будут аннуитетные платежи. Применение данного метода имеет преимущества как для заемщиков, так и для банков. Для первых – отсутствует необходимость выплаты сразу больших сумм по кредиту; для вторых – упрощается процедура расчета процентных доходов. В качестве среднего срока кредита принимается период, равный трем годам. Величина ежемесячного платежа определялась по формуле:

$$X = S \times \left(P + \frac{P}{(1+P)^N - 1} \right),$$

где X – размер ежемесячного платежа,
 S – сумма займа,
 P – 1/100 доля процентной ставки (в месяц),
 N – срок кредитования в месяцах.

Подставляем имеющиеся данные в формулу:

$$X = 2000000 \times \left(\frac{13}{100 \times 12} + \frac{\frac{13}{100 \times 12}}{\left(1 + \frac{13}{100 \times 12}\right)^{36} - 1} \right),$$

получаем сумму ежемесячного платежа, равную 67388 руб.

Величина процентных доходов банка от одного заемщика за первый год использования банковского кредита составит 210186 руб., а за 3 года – 425964 руб. Общая величина процентных доходов от всех потенциальных заемщиков за первый год составит 2057,72 млрд руб., а за три года – 4170,19 млрд руб. В таблице 2 представлена последовательность расчетов процентных доходов по новому банковскому продукту. Далее для определения величины чистых процентных доходов банка по новому кредитному продукту необходимо рассчитать объем процентных расходов банка по обслуживанию кредита. Процентные расходы банка фактически выражаются в виде стоимости привлекаемых им ресурсов. Привлекать средства банк может как от кредитных организаций, так и от лиц, не являющихся кредитными организациями.

Таблица 2 – Расчет величины процентных доходов от внедрения нового банковского продукта «Стартап»

Показатель	Значение
Количество потенциальных заемщиков, чел.	9790000
Средняя величина 1 кредита, руб.	2000000
Процентный доход от 1 заемщика за первый год, руб.	210186
Процентный доход от всех заемщиков за первый год, млрд руб.	2057,72
Процентный доход от 1 заемщика за три года, руб.	425964
Процентный доход от всех заемщиков за три года, млрд руб.	4170,19

По данным 2020 года в структуре депозитов ПАО «Сбербанк» наибольший удельный вес имели средства клиентов, не являющихся кредитными организациями (93,9%), 6,1% составляли средства ЦБ РФ и кредитных организаций. В зависимости от того, кем были предоставлены средства, их стоимость будет отличаться. Так, стоимость привлечения денежных средств у Центрального банка равна величине ключевой ставки, которая на начало 2021 года составляет 5% [7]. Стоимость привлечения средств у лиц, не являющихся кредитными организациями, равна величине средней процентной ставки по вкладам, которая на начало 2021 года составляет 3,96% [15]. Предполагая, что в 2021 году структура привлеченных в ПАО «Сбербанк» средств не изменится, можно рассчитать объем средств, привлекаемых за счет ЦБ РФ, и кредитных организаций, и за счет лиц, не являющихся кредитными организациями. В таблице 3 представлен расчет процентных расходов банка. Таким образом, общая величина процентных расходов банка за первый год составит 82,8 млрд руб., а за три года – 167,79 млрд руб.

Таблица 3 – Расчет процентных расходов ПАО «Сбербанк»

Показатель	Расчет	Средства ЦБ РФ и кредитных организаций	Средства лиц, не являющихся кредитными организациями	Средства ЦБ РФ, кредитных организаций и лиц, не являющихся кредитными организациями
Объем привлеченных средств за первый год, млрд руб.	Общая величина процентных доходов банка от внедрения нового продукта за первый год × доля средств вкладчика в структуре привлекаемых средств	125,52	1932,20	2057,72
Объем привлеченных средств за 3 года, млрд руб.	Общая величина процентных доходов банка от внедрения нового продукта за 3 года × доля средств вкладчика в структуре привлекаемых средств	254,38	3915,81	4170,19
Величина процентных расходов за первый год, млрд руб.	Объем привлеченных средств за первый год × стоимость привлечения	6,28	76,52	82,80
Величина процентных расходов за 3 года, млрд руб.	Объем привлеченных средств за 3 года × стоимость привлечения	12,72	155,067	167,79

Чистый процентный доход банка в первый год предоставления кредита «Стартап» составит 1974,92 млрд руб. (2057,72 - 82,8), за три года – 4002,4 млрд руб. (4170,19 - 167,79).

Важную роль для продвижения нового продукта играет реклама, среди множества видов которой самой эффективной считается телевизионная. Затраты на рекламу (создание и показ рекламных роликов на канале ТНТ) составит 812 000 рублей, из которых 65 000 приходится на создание ролика, а остальные – на его размещение. В ходе дальнейшей рекламной кампании продвижения кредитного продукта планируется использование дополнительных средств информации. В таблице 4 представлен перечень рекламных услуг по продвижению нового кредитного продукта и их стоимость на плановый 2021 год.

Таблица 4 – Рекламная кампания продвижения кредитного продукта «Стартап» в ПАО «Сбербанк»

Мероприятие	Расчет	Величина, руб.
Проведение рекламной кампании на телеканале ТНТ	$8300 \times 90 + 65000$	812000
Публикации рекламы в газетах, журналах	4395×30	131850
Печать рекламных буклетов	12×100000	1200000
Размещение рекламы на почтовых и поисковых серверах в сети Интернет	$15000 + 2000 \times 12$	39000
Итого затраты:	-	2610950

Таким образом, общая сумма затрат банка на рекламу в первый год составит 2610950 рублей. Суммируя величину процентных расходов банка по привлечению средств и расходов на рекламу, получаем общую сумму расходов на внедрение нового кредита, равную 82,80261 млрд руб.

В таблице 5 представлен расчет прибыли банка от внедрения нового банковского продукта «Стартап» за первый год.

Таблица 5 – Расчет прибыли банка от внедрения нового кредитного продукта

Показатель	Значение
Процентные доходы за первый год, млн руб.	2057720,0
Процентные расходы за первый год, млн руб.	82800,0
Расходы на рекламу, млн руб.	2,61
Прибыль банка, млн руб.	1974917,39

Таким образом, за первый год выдачи кредита «Стартап» Сбербанк получит 1974,9 млрд руб. прибыли. Далее оценим эффективность внедряемого продукта с точки зрения показателей качества кредитного портфеля и кредитного риска и сравним полученные показатели с уровнем 2020 года. Результаты расчетов представлены в таблице 6.

Плановая величина процентных доходов и расходов банка в 2021 году складывается из величины процентных доходов и расходов 2020 года и процентных доходов и расходов, полученных в результате внедрения нового банковского продукта. Кредитные вложения планового 2021 года определяются как сумма кредитных вложений 2020 года и сумма кредитных вложений по результатам внедрения нового банковского продукта. Общая величина ссуд, предоставленных Сбербанком по новому кредиту, равна 19580 млрд руб. ($2000000 \text{ (руб.)} \times 9790000 \text{ (количество заемщиков)}$). Предполагая, что величина ссудной задолженности банка в 2021 году останется неизменной, с учетом ссудной задолженности по новому кредиту, кредитные вложения в 2021 году составят 41748,7 млрд руб. (22168,7 млрд руб. + 19580 млрд руб.) Так как наибольший удельный вес в структуре активов банка занимает именно ссудная задолженность, то, предполагая, что остальные структурные компоненты активов банка в 2021 году останутся неизменными, совокупная величина активов увеличится на величину кредитной задолженности по новому кредиту и составит 52559,7 млрд руб. Величина резерва на возможные потери по ссудам будет увеличена до 80 млрд руб., что обу-

славливается высокими кредитными рисками. Прогнозируя увеличение нераспределенной прибыли банка, занимающей наибольший удельный вес в структуре капитала, на плюс 7% в 2021 году (при неизменных величинах других компонентах капитала), капитал Сбербанка в 2021 году составит 5023,9 млрд руб.

Таблица 6 – Оценка влияния нового кредитного продукта на качество кредитного портфеля и величину кредитного риска ПАО «Сбербанк»

Показатель	2020 год	Плановый 2021 год	Темп роста, %
Данные, необходимые для расчета показателей			
Процентные доходы, млрд руб.	2219,6	4277,3	192,71
Процентные расходы, млрд руб.	708,2	791	111,69
Кредитные вложения, млрд руб.	22168,7	41748,7	188,32
Активы, млрд руб.	32979,7	52559,7	159,37
Резерв на возможные потери по ссудам, млрд руб.	34,3	80,0	В 2,33 раза
Капитал банка, млрд руб.	4724,7	5023,9	106,33
Расчет показателей качества кредитного портфеля			
Коэффициент	2020 год	Плановый 2021 год	Изменение
Коэффициент прибыльности кредитного портфеля	6,82	8,35	1,53
Коэффициент рентабельности кредитных вложений	6,83	8,36	1,53
Коэффициент агрессивности кредитной политики	67,22	79,43	12,21
Расчет показателей кредитного риска			
Показатель	2020 год	2021 плановый год	Изменение
Коэффициент кредитного риска	99,85	99,80	-0,05

Закключение. Таким образом, расчет показателей качества кредитного портфеля и кредитного риска после внедрения нового банковского продукта «Стартап» показал эффективность и целесообразность планируемых мероприятий. Новый кредит позволит Сбербанку увеличить его процентные доходы на 92,71%, кредитные вложения – на 88,32%, капитал – на 6,33%. Кроме того, планируется увеличение показателей качества кредитного портфеля и снижение кредитного риска на 0,05%. Ввиду увеличения кредитных вложений кредитная политика банка станет более агрессивной, что может быть компенсировано ростом резервов на возможные потери по ссудам и проведением мероприятий по профилактике и взысканию просроченной ссудной задолженности.

Список источников:

1. Артюхов А.В. Проблемы кредитование малого и среднего бизнеса: по результатам опроса тюменских предпринимателей / А.В. Артюхов, О.В. Устинова, Е. Пономарева // Sociologie Člověka. – 2017. – №1. – С. 30-34.
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. – URL: <https://rmsp.nalog.ru/>.
3. Ефимина О.А. Эффективное управление денежными средствами предприятия на основе методов экономического анализа / О.А. Ефимина, Н.В. Парушина // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №3 (17). – С. 10-15.
4. Ибрагимова П.А. Кредитование малого бизнеса / П.А. Ибрагимова, М.Х. Абдуев, А.С. Токаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – №32 (6). – С. 181-183.
5. Индекс легкости ведения бизнеса. – URL: https://data.worldbank.org/indicator/IC.BUS.EAS.E.XQ?most_recent_year_desc=fase&view=map.
6. Кириллова О.В. Банковское кредитование малого бизнеса // Научный журнал НИУ ИТМО.

Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2017. – №1. – С. 48-52.

7. Ключевая ставка Банка России. – URL: https://www.cbr.ru/hd_base/KeyRate/.

8. Кособуцкая А.Ю. Кредитование субъектов малого и среднего бизнеса Воронежской области как фактор экономического развития региона // Финансовые рынки и банки. – 2019. – №4. – С. 53-57.

9. Костина Н.Н. Кредитование малого бизнеса государственными и коммерческими банками: анализ и перспективы развития / Н.Н. Костина, Н.И. Даниленко, А.В. Ивлёв // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2016. – №38 (320). – С. 20-33.

10. Кредит на проект. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/credits/project.

11. Лытнева Н.А. Оценка рентабельности предпринимательской деятельности в управлении устойчивым бизнесом / Н.А. Лытнева, Н.В. Парушина, Т.В. Жукова // Экономическая среда. – 2019. – №4 (30). – С. 5-13.

12. Мурычев А.В. Кредитование субъектов малого и среднего бизнеса Воронежской области как фактор экономического развития региона // Финансовые рынки и банки. – 2019. – №1. – С. 76-80.

13. Опрос: более 60% российских студентов хотели бы открыть свое дело. – URL: <https://ria.ru/20210125/opros-1594478043.htm>.

14. Паспорт национального проекта. – URL: http://www.consutant.ru/document/cons_doc_LAW_382369/7eca7ed85673cc8c4dbbf2bfdad3257ad5210c7/.

15. Процентные ставки по кредитам и депозитам и структура кредитов и депозитов по срочности. – URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/int_rat/.

16. Радюкова Я.Ю. Кредитование как инструмент развития малого бизнеса / Я.Ю. Радюкова, В.Ю. Сутягин, Е.А. Колесниченко // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4., № 11. – С. 301-312.

17. Распределение численности населения по возрастным группам. – URL: <https://rosstat.gov.ru/foder/12781>.

18. Самые прибыльные сферы бизнеса в 2020-2021 годах. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/samye-pribynye-sfery-biznesa-v-2020-2021-godah/.

19. Hilmi A. The alfredo namitete agroecology credit system: a new business model that supports small-scale lending. Sustainability. 2019. T. 11. №15. C. 4062.

20. Kabdulsharipova A.M., Rakhimberdinova M.U., Madiyarova E.S The small and medium business lending market in kazakhstan: assessment of the current sta. Central Asian Economic Review. 2020. №4 (133). C. 137-147.

21. Mirazizov A., Radzhabova I., Abdulaeva M., Rasulov N., Faizulloev M., Okilov I., Rasulova L. Small business lending in developing countries Journal of Entrepreneurship Education. 2018. T. 21. №S. C. 182.

22. Parushina N., Deminova S., Suchkova N. Prerequisites for the growth of the life quality through assessing transactions and payments in the banking sector. // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2019. C. 012123.

23. ShradhaBindal, Christa H.S. Bouwman, Shuting (Sophia)Hu, Shane A.Johnson Bank regulatory size thresholds, merger and acquisition behavior, and small business lending Journal of Corporate Finance. Volume 62. June 2020. C. 101519.

24. Strahan P.E., Weston J.P. Small business lending and the changing structure of the banking industry // Journal of Banking & Finance 22 (1998) 821-845.

25. Tang Y., Li Z., Moro A., Sozzo S. Modelling trust evolution within small business lending relationships. Financial Innovation. 2018. T. 4. №1. C. 19.

Статья поступила 29.05.2021 г.