
КЛАССИФИКАЦИЯ БАНКОВСКИХ КРЕДИТОВ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА: ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И ПОНЯТИЯ

Костыкова Мария Юрьевна,

аспирант кафедры финансов и кредита Воронежского государственного университета; mari.kostykova@ya.ru

В статье рассматриваются основные виды банковских кредитов малому бизнесу; проведен анализ подходов зарубежных и отечественных банков к сегментации заемщиков-субъектов малого бизнеса. Разработана комплексная классификация банковских кредитов малому бизнесу по качественным признакам.

Ключевые слова: малый бизнес, кредитование малого бизнеса, классификация банковских кредитов малому бизнесу, концепция CRM.

Успех малого бизнеса зависит от правильного выбора вида и формы кредита. И здесь главное – понимать цель привлечения заемных средств и внимательно изучить условия кредитования.

Разнообразие банковских кредитных продуктов есть отражение многогранности потребностей заемщиков в средствах, а также изобретательности кредиторов в удовлетворении этих потребностей с учетом риска, приемлемым при кредитовании соответствующей сделки. При этом удовлетворение потребностей заемщика осуществляется не только по сумме и сроку, но и с учетом своевременности, простоты и гарантированности осуществления кредитной сделки [7].

Кредиты для хозяйствующих субъектов классифицируются по таким признакам, как:

- сфера применения кредита;
- срок кредита;
- платность кредита;
- обеспеченность кредита.

Реальности денежного оборота современной России (высокая инфляция, быстрое обесценение банковского капитала) существенно видоизменяют устоявшиеся в мировой практике стандарты срочного кредитования [4]. По мнению большинства российских экономистов, к краткосрочным относятся ссуды сроком до 1 года, среднесрочным – от 1 до 3 лет, долгосрочным – свыше 3 лет.

Куликова О.М. в своей работе при рассмотрении в качестве заемщика

субъекта малого бизнеса в долгосрочном кредитовании выделяет финансовый лизинг, франчайзинг, венчурное финансирование; в краткосрочном кредитовании – микрокредитование, овердрафт, факторинг, кредитная линия, вексельное кредитование. Классификация не является полной и точной, так как не все виды кредитования, предоставляемые банками, действительно востребованы и доступны малому бизнесу в российских реалиях.

Зверькова Т.Н. и Зверьков А.И. предлагают выделять в перечне предоставляемых отечественными банками кредитов субъектам малого бизнеса две группы:

1. Краткосрочные кредиты, включающие самоликвидирующиеся кредиты на пополнение товарно-материальных запасов, кредиты под оборотный капитал, кредиты на строительство, кредиты дилерам по ценным бумагам, кредиты розничным торговцам, кредиты под обеспечение активами (под дебиторскую задолженность, факторинг и на пополнение товарно-материальных запасов), кредитная линия, перманентные ссуды на пополнение оборотного капитала.

2. Долгосрочные кредиты: срочные кредиты на приобретение оборудования, зданий и сооружений; револьверные кредитные линии; проектные кредиты; кредиты на приобретение других предпринимательских фирм [6].

В отечественной банковской практике можно увидеть другие признаки классификации. Так, ссуды для малого бизнеса разделяются на два блока: кредиты юридическим и ссуды физическим лицам (индивидуальным предпринимателям). Подобная классификация оказывается важной как для диверсификации риска кредитных вложений, так и для организации кредитования (порядка выдачи, оформления, погашения, обеспечения кредита).

Практика зарубежных банков, как отмечает Тихомирова Е.В., свидетельствует о том, что в каждой стране сложились специфические кредитные продукты, которые не вводились «сверху», а явились результатом длительного сотрудничества банков с клиентами, учета конкретных потребностей заемщиков, обусловленных объективными закономерностями оборота их капитала. В США наибольшее распространение получили кредитные линии, в Германии – кредитование на основе контокоррентных счетов, в Великобритании – овердрафты. Общим для данных кредитных продуктов является механизм заключения долгосрочного кредитного соглашения об установлении лимита кредитования и сроке его действия [16].

Банки обычно оценивают кредиты, выданные малому бизнесу, более рискованными, чем другим корпоративным клиентам. Важно отметить, что во многих западных странах на кредитовании этого сегмента экономики специализируется небольшое количество банков [17].

Десятилетие назад западные банки, следуя аналогии с потребительским кредитованием, начали применять при кредитовании малого бизнеса системный подход. Считалось, что данный подход при кредитовании малого

бизнеса более эффективен с точки зрения расходов, нежели отдельный анализ каждого заемщика. Системный подход включал:

- метод кредитных скоррингов;
- использование искусственного интеллекта;
- широко применяемые лимиты по овердрафту.

Чтобы у кредитного менеджера выработались навыки оценки индивидуальных кредитов, требовался большой опыт и время. Общим стало мнение, что слепое использование компьютерной технологии присвоения скоррингов кредитам несовместимо с качественным банковским обслуживанием [5].

Наумова Т. отмечает, что в связи с высоким уровнем конкуренции на рынке кредитования «малышей» отечественные банки стали намного внимательнее относиться к потребностям малого бизнеса. Начался постепенный отход от скорринговых систем в вопросе принятия решения по выдаче займов. Теперь даже если клиент не проходит по каким-то стандартным параметрам кредита или же ему требуются особые условия кредитования (большой срок или отсрочка платежа), ряд российских банков все равно готовы предложить финансирование [8].

Малый бизнес должен осознавать, что выбирая кредитора, он делает выбор между двумя типами кредитного обслуживания:

- приобретение стандартизированного кредитного продукта;
- получение займа, основанного на отношениях.

Избирательная доставка ценности различным группам клиентов может быть обеспечена на основе использования следующих моделей обслуживания клиентов: 1) персональное обслуживание; 2) управление целевыми кампаниями; 3) реагирующая модель [2]. В условиях внедрения в коммерческом банке маркетинговой стратегии, базирующейся на концепции CRM (Corporate Rating Manager), реализацию основных бизнес процессов во взаимосвязи с сегментацией заемщиков (возможности применения моделей к группам заемщиков) и соответственно с информационно-рыночной составляющей (рис. 1).

Информационно-рыночная составляющая в рамках маркетинговой стратегии CRM включает формирование базы данных о клиентах, используя которую руководство банка осуществляет анализ и оценку клиентских потребностей в целях выделения клиентских сегментов. Для поддержания связей с целевыми сегментами осуществляется постоянный мониторинг клиентской базы. Под выбранные клиентские сегменты применяются две методологии кредитования, каждая из которых включает определенную модель обслуживания:

1. Персональное обслуживание – самая затратная и трудоемкая модель обслуживания, предполагающая участие высококвалифицированных специалистов, которые персонально взаимодействуют с клиентом на основе результатов анализа и прогноза его индивидуальных потребностей в

финансовых продуктах [9].

2. Управление целевыми кампаниями – предусматривает в основном проактивную реализацию комплексных продуктов или пакетов банковских услуг, ориентированную на определенные сегменты существующей или потенциальной клиентской базы.

3. Реагирующая модель – клиенты самостоятельно выбирают отдельные финансовые продукты из предлагаемого банком ассортимента по мере возникновения потребностей в них.

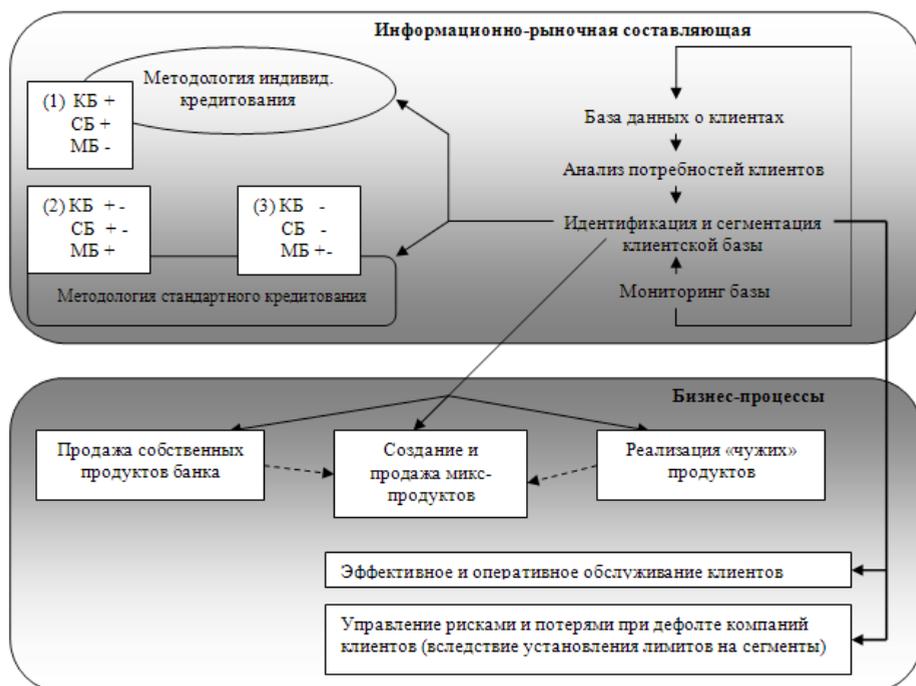


Рис. 1. Взаимосвязь бизнес-процессов коммерческого банка и информационно-рыночной составляющей при реализации CRM стратегии

Каждая из моделей имеет границу применения в определенном целевом сегменте – крупный (КБ), средний (СБ) и малый бизнес (МБ). Обозначение «+» характеризует модель как применимую для данного сегмента, «+ - » – частично применимая модель, «-» – модель не применима. В свою очередь под выбранные клиентские сегменты выстраиваются ключевые бизнес-процессы банка.

Изучение специфики кредитных отношений малого бизнеса и особенностей российской финансово-кредитной системы, а также государственной политики поддержки предприятий малого бизнеса позволяет предложить классификацию форм кредитования малого бизнеса, учитывающую наиболее важные индикативные оценки доступности кредитных продуктов ведущих российских банков как с позиции кредитной организации, так и заемщиков – предприятий малого бизнеса (рис. 2).



Рис. 2. Классификация форм банковского кредитования малого бизнеса

При разработке классификации задействованы материалы сайтов коммерческих банков в сети Internet, таких как Сбербанк России, ВТБ, Банк Москвы, Россельхозбанк, Промсвязьбанк.

В целях определения оценки доступности того или иного продукта банка, действующего для клиентов сегмента «малый бизнес», предложено выделить три показателя (на рис. 2 каждый из них по порядку соответствует первому, второму и третьему цветным прямоугольникам под каждой формой):

1. Количество предоставляемых документов для получения кредита заемщиком. При минимальном количестве требований к клиенту оценка продукта находится в «белой зоне» – банк запрашивает только документы, удостоверяющие личность и подтверждающие регистрацию предприятия (свидетельство ОГРН, ИНН). При предоставлении дополнительного пакета – документов по обеспечению кредита – продукт переходит в «серую зону». Если же банк запрашивает информацию подробной бухгалтерской отчетности, бизнес-плана и т.д. – продукт относится к «черной зоне»;

2. Наличие дополнительного обеспечения по сделке. «Белая зона» – отсутствие залога, наличие одного поручителя. «Серая зона» – залоговые обязательства присутствуют, затраты по оформлению прав по нему минимальны (срок оформления документов по имуществу незначителен, менее 7 дней), наличие поручительства. «Черная зона» – залог по сделке требует длительного оформления прав собственности банка, наличие поручителей,

наличие дополнительных участников по сделке;

3. Срок кредитования. «Черная зона» – кредит краткосрочный, до одного года. «Серая зона» – сделка предполагает срок действия от 1 года до 3 лет. «Белая зона» – кредит выдается на срок свыше 36 месяцев.

Под применение методологии стандартного кредитования попадают те кредитные продукты, сопровождение и анализ заявки по которым условно постоянен и предполагает минимальные затраты труда банковского работника на сбор данных, изучение и анализ кредитоспособности заемщика – предприятия малого бизнеса. Риск по сделке в большинстве случаев просчитывает специально разработанная программа и (или) решение по сделке в короткий срок (до 7 дней) принимается андеррайтером. Преимуществом форм кредитования, относящихся к этой группе, являются минимальные требования по предоставляемой в банк документации и кратчайшие сроки принятия решения о предоставлении кредита.

Методология индивидуального кредитования представляет собой более трудозатратный вариант работы с кредитной заявкой клиента. Пакет документов, предоставляемых клиентом в банк, увеличивается в разы, и, следовательно, рассмотрение заявки и принятие решения может занять больше времени (до года – при проектном финансировании), что существенно влияет на доступность кредитования для предприятий малого бизнеса. Сложности в составлении запрашиваемой банками информации о предприятии (например, план продаж организации, инвестиционный проект) делает такое кредитование непривлекательным для тех представителей малого предпринимательства, которые не располагают специальными знаниями или хорошо обученным штатом. Но значительным плюсом форм кредитования, относящихся к индивидуальной работе с кредитом, являются длительные сроки кредитования, подробный учет всех потребностей для заемщика, а для кредитора – качественный подробный анализ жизнедеятельности предприятия-заемщика и, следовательно, снижение рисков по сделке.

К наиболее перспективным формам банковского кредитования субъектов малого бизнеса относится микрокредитование. Это система экономических отношений, в которые вступают участники предоставления и получения микрокредита, причем его размер устанавливается для определенных целевых групп нормативными документами и выдается заемщикам по особой методологии. Наряду с основными принципами кредитования микрокредиты имеют свои черты – ориентацию на потенциальных заемщиков из числа субъектов малого бизнеса, имеющих определенные общие характеристики (социальный статус, годовой доход, отрасль деятельности).

Микрокредиты – небольшие займы, от 30 тысяч рублей до 3 млн. рублей, – самый востребованный кредит для представителей малого бизнеса [3]. Получить кредит можно в специализированном агентстве «Микрофинанс», которое специализируется на его выдаче (создано при Департаменте поддержки и развития малого предпринимательства Москвы), а также в таких

банках, как Сбербанк, Банк Москвы, ВТБ 24, Промсвязьбанк.

Микрофинансирование решает две важнейшие задачи:

- во-первых, помогает развивать малый бизнес, приучая предпринимателей работать с заемными средствами и формировать кредитную историю;
- во-вторых, содействует преодолению бедности и безработицы.

Микрокредиты на открытие собственного дела или его развитие начинающие бизнесмены могут получать при поддержке государства. Уполномоченные госбанки уже начали несколько пилотных проектов по кредитованию микрофинансовых организаций – потребительских кооперативов граждан, сельских потребительских кооперативов. Проекты также облегчат доступ малых предприятий, фермеров, индивидуальных предпринимателей к заемным ресурсам, когда им нужны небольшие и «короткие» деньги, например для покупки горючего на время сева, расчетов с поставщиками. Банкам с такими кредитами возиться невыгодно – они нерентабельны и трудозатратны. При этом государство старается минимизировать все формальности при выдаче микрокредитов [1].

Формы организации микрофинансирования в России активно обсуждаются. Одним из вариантов видится сотрудничество между двумя секторами – небанковскими микрофинансовыми институтами и коммерческими банками. Рынку микрофинансирования для поступательного движения необходим доступ к разным источникам заемного капитала [13]. А банки имеют свободные кредитные ресурсы, которые могут быть использованы в качестве займов для небанковских кредитных организаций. Это приведет к переливу денежных средств из банковской системы в парабанковскую.

Следующей востребованной формой кредита для малого бизнеса является овердрафт. Этот кредит можно отнести к разряду палочки-выручалочки, позволяющей получать деньги на короткие сроки [14]. Овердрафт в течение всего периода кредитования может многократно возобновляться. Сейчас кредит часто предоставляется на срок до шести месяцев траншами длиной до 30 дней в сумме от 250 тыс. до 15 млн. рублей. Лимит овердрафта определяется из расчета 30% среднемесячных оборотов компании. В дополнительное обеспечение может предоставляться залог коммерческой и жилой недвижимости, гарантийный депозит, в качестве дополнительного залога также принимается автотранспорт, оборудование и поручительство.

Новой формой кредитования различных форм бизнеса является коммерческая ипотека. Благодаря поправкам к закону «Об ипотеке» начал работать механизм ипотеки нежилых помещений. Теперь кредиты под залог коммерческой недвижимости признаны как ипотечные, благодаря чему банки получили в залог недвижимость, под которую выдается кредит, а у малого и среднего бизнеса, в свою очередь, появилась возможность пользоваться всеми привилегиями и даже льготами, которые дает именно ипотечное кредитование. Чаще всего этот кредит берут арендаторы на покупку закупаемых складских и офисных помещений. Бизнес-ипотеку в России

отличают относительно короткие сроки погашения займа и достаточно высокие проценты. Так, ставки в коммерческой ипотеке составляют 12 – 16% годовых (в зависимости от финансового состояния заемщика), в основном кредит выдается в валюте. Теоретически срок ипотеки – до 10 лет, сумма кредита от 1,5 млн. рублей до 15 млн. рублей. Первоначальный взнос – от 20% от стоимости недвижимости. Пока лишь несколько крупных и специализированных банков предлагают этот продукт.

Кредит на покупку основных средств, автотранспорта, спецтехники, недвижимости – другой вид кредитования предпринимателей. С помощью этого продукта можно финансировать приобретение самых разных видов оборудования: для пищевой промышленности, оборудования для фасовки и упаковки, производства химической продукции, модульных и сборочных производств, холодильного и медицинского, торгового и автосервисного. Заемщиками могут выступать юридические лица, индивидуальные предприниматели, а также (при размере кредита до 3 млн. рублей) физические лица – собственники бизнеса. Важное требование к заемщику – наличие доходов от предпринимательской деятельности (выручки от реализации товаров, работ, услуг) в течение последнего года. Ряд крупных и специализированных банков продолжают выдавать кредиты на покупку оборудования отечественного и зарубежного производства, которое и является залогом по кредиту. Кроме того, по некоторым видам оборудования и техники отечественного производства в банках действуют специальные программы кредитования с субсидированием процентных ставок, что особенно актуально для субъектов малого предпринимательства. Максимальная сумма кредита определяется кредитоспособностью и финансовым состоянием заемщика, максимальный срок – до 10 лет. Погашение происходит обычно ежемесячно равными долями по графику.

Кредит на развитие бизнеса специалистами часто именуется кредитом на пополнение оборотных средств. Такая кредитная линия достаточно распространена среди предпринимателей. Кредит на развитие бизнеса является наиболее простым видом финансирования, не требуется обеспечения. Лимит кредитования, как правило, устанавливается по отношению к текущему обороту компании (месячной или годовой выручке). Погашение кредита возможно как аннуитетными платежами, так и по индивидуальному графику, при этом возможна отсрочка погашения основного долга до полугода с момента предоставления кредита.

Редким является кредит на открытие бизнеса, или как он именуется в зарубежной литературе – start up [15]. Получить в современных условиях такой кредит – редкость, так как многие банки считают это сверхрисковым. В условиях экономического кризиса подавляющее большинство банков перестали выдавать этот продукт. Минимизируя риски, банки завышают процентную ставку и сокращают срок кредитования. Малый и средний бизнес не кредитруется по причине того, что далеко не каждая фирма готова генерировать прибыль, способную покрыть кредитный расход, осо-

бенно учитывая высокие годовые процентные ставки. Сегодня такой барьер поставлен перед строителями, машиностроителями, владельцами сетей продовольственных магазинов.

Одним из возможных вариантов финансовой поддержки начинающего малого бизнеса сейчас являются региональные и федеральные Фонды содействия развитию малого предпринимательства, которые кредитуют начинающие малые предприятия по льготной ставке, если те проходят серьёзные критерии отбора или при уникальности проекта или самой фирмы государство может оказать финансовую поддержку в форме гранта.

Кроме того, у ведущих банков страны в 2012 году были запущены пилотные проекты по кредитованию начинающих субъектов предпринимательства со сроком ведения деятельности менее полугода (или отсутствием хозяйственной деятельности на протяжении 90 дней и более). Одним из вариантов такой поддержки служит кредит на открытие собственного бизнеса по программе франчайзинга. Максимальные суммы кредитования – 3 млн. рублей, предоставляется на срок до 3,5 лет. Ограниченность такого кредитования заключается в небольшом количестве фирм, предоставляющих свои франшизы. К тому же стоит помнить о том, что предпринимательство и малый бизнес отличает инновационность деятельности, и лишь небольшое количество отечественных субъектов малого предпринимательства заинтересовано работать в узких рамках франчайзинга.

Отдельно необходимо упомянуть проектное финансирование как вид кредита, который предоставляет небольшое количество специализированных банков. Он удобен для фирм, которые решили провести дорогостоящую модернизацию основных фондов или для сложных проектов с редким оборудованием. Кредит осуществляется посредством финансового лизинга. Минимальный аванс лизингополучателя от 0 до 20%, срок лизинга – от 36 месяцев. Как правило, такими кредитными программами редко интересуются представители малого бизнеса, так как схема получения такой ссуды достаточно сложна. И более приемлемым вариантом финансирования проекта, как правило, является инвестиционное кредитование.

Риск проектного финансирования состоит в том, что можно потратить до полугода на рассмотрение банком документов и получить отказ. Поэтому бизнес-план является главным документом при рассмотрении проектного финансирования. Он должен позволять оценить все риски, для этого требуется его максимальная детализация.

В последнее время небольшие производственные компании выбирают инвестиционное кредитование. Инвестиционный кредит – это кредит, предоставляемый финансово-кредитным учреждением физическому или юридическому лицу под конкретную инвестиционную программу [10]. Инвестиционный кредит привлекается на срок от 3 до 10 лет для реализации долгосрочных инвестиционных проектов. Заемщик должен предоставить в банк бизнес-план инвестиционного проекта и финансовую отчетность за последние годы. Залогом по кредиту являются имеющиеся активы.

Основные направления использования инвестиционного кредита:

- приобретение основных средств;
- модернизации или реконструкции производства;
- создание новых производственных мощностей.

Венчурное финансирование – вид кредита, который является для нашей страны достаточно экзотическим. К достоинствам этого финансового продукта можно отнести длительный срок и отсутствие гарантий. Он особенно удобен для наукоемких проектов. К минусам можно отнести более высокие, чем в банках, процентные ставки и небольшое количество венчурных фондов и инвестиционных компаний, готовых профинансировать проекты [12]. Не случайно этот вид финансирования малого бизнеса называют рискованным. Основная цель венчурного финансирования – вложение средств в развитие.

В российской практике, как отмечают в своем исследовании Ратнер С.В. и Нестеренко Е.А., банковские кредиты в венчурном финансировании возможны только на поздних стадиях развития компаний – «расширение», «расширение через поглощение», «выкуп активов». На ранних стадиях финансирования венчуров («посев», «старт», «начальная стадия») основными источниками будут являться в первую очередь собственные средства и средства социального сообщества, а лишь потом – «бизнес-ангелы», государственные субсидии, институциональные инвесторы, корпоративные фонды [11].

В отличие от западных стран, где преобладают среднесрочные и долгосрочные кредиты, доля которых постоянно увеличивается (это связано с высокой нормой самофинансирования нефинансовых компаний), в нашей стране актуально краткосрочное кредитование, связанное с удовлетворением потребностей компании в оборотном капитале [16]. При этом и краткосрочные, и долгосрочные кредитные продукты должны разрабатываться банками на основе клиентоориентированного подхода. Такой подход обеспечит снижение кредитных рисков для банков благодаря их активной роли в организации платежного оборота клиентов и повышения эффективности бизнеса заемщиков, что предполагает постоянный мониторинг потребностей клиентов и формирование тесных долгосрочных партнерских отношений с ними и, прежде всего, в плане оперативного доступа к кредитной поддержке со стороны банков. Такой подход отвечает интересам банков, их заемщиков и экономики в целом и сможет обеспечить условия ее сбалансированного и динамичного развития.

Принципиально важно ориентироваться банкам на процесс открытия кредитной линии, которая может обеспечивать заемщику оперативный доступ к ресурсам по мере возникновения потребности в них. Кредитным организациям при осуществлении взаимодействия с клиентом необходимо разделять текущие потребности заемщиков в привлечении ресурсов для пополнения оборотного капитала и длительные (различные периоды

оборачиваемости, процентные ставки, мониторинг, графики выдачи и погашения задолженности). Изначально при проведении переговоров с клиентом возможно установление совокупного лимита задолженности с разбивкой на краткосрочные и долгосрочные потребности заемщика. В российской банковской практике такая работа в редких случаях пока проводится только с клиентами сегментов крупного и среднего бизнеса. Необходимо отдельно открывать кредитные линии на затраты краткосрочного и капитального характера.

В настоящее время формы кредитования малого бизнеса находятся в активной стадии становления. Это является следствием длительного кризисного состояния экономики в целом и малого предпринимательства как одной из ее подсистем, а также малоэффективной государственной стратегии поддержки малого бизнеса. Вместе с тем существуют предпосылки изменения ситуации, связанные со стабилизацией макроэкономической обстановки, усилением роли государства в финансировании малого бизнеса и развитием конкурентной среды на рынке ссудных капиталов.

Список источников

1. Богданова, С. Малому бизнесу обещали солидную поддержку [текст] / С. Богданова // Банковское дело. – 2009. – №6. – С. 30.
2. Викулов, В.С. Маркетинг банковских продуктов на основе сегментационных моделей [текст] / В.С. Викулов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №1. – С. 131 – 137.
3. Власов, И.П. Кредитование малого и среднего бизнеса: перспективы развития [текст] / И.П. Власов // Финансы и кредит. – 2009. – №3. – С. 15 – 18.
4. Голованов, А.А. О кредитовании организацией нефинансового сектора экономики [текст] / А.А. Голованов // Деньги и кредит. – 2010. – №3. – С. 40 – 43.
5. Зверьков, А.И. Малый бизнес: доступность кредитов и банковские инновации [текст] / А.И. Зверьков // Финансы и кредит. – 2012. – №22 (502). – С. 14.
6. Зверькова, Т.Н. Продукты региональных банков: спрос и предложение [текст] / Т.Н. Зверькова, А.И. Зверьков // Финансы и кредит. – 2012. – №24 (504). – С. 38.
7. Куликова, О.М. Формы кредитования малого бизнеса: автореф. диссер. к. э. н. [текст] / О.М. Куликова. – Волгоград, 2005. – С. 18.
8. Наумова, Т. Малый бизнес. Мировая практика [текст] / Т. Наумова // Прямые инвестиции. – 2011. – №11.
9. Неретина, Е.А. Клиентоориентированный подход к управлению коммерческим банком [текст] / Е.А. Неретина, Е.В. Солдатова // Финансы и кредит. – 2012. – №7 (487). – С. 5.
10. Распорова, О.А. Банковское кредитование реальных инвестиционных проектов : автореф. диссер. к. э. н. [текст] / О.А. Распорова. – Саратов,

2004. – С. 8.

11. Ратнер, С.В. Развитие венчурного инвестирования в России: проблемы и перспективы [текст] / С.В. Ратнер // Финансы и кредит. – 2012. – №18 (498). – С. 18 – 24.

12. Резников, А.В. Общая проблематика инвестиционной деятельности кредитной организаций [текст] / А.В. Резников // Деньги и кредит. – 2010. – №1. – С. 56.

13. Сарварова, Е.П. Сотрудничество микрофинансовых организаций и коммерческих банков [текст] / Е.П. Сарварова // Банковское дело. – 2011. – №8. – С. 52.

14. Стахник, А.В. Малый бизнес: проблема доступности кредитов [текст] / А.В. Стахник // Деньги и кредит. – 2010. – №3. – С. 23 – 26.

15. Стряпцева, Л. Кому доступны займы [текст] / Л.Стряпцева // Воронежский бизнес журнал. – 2010. – №5. – С. 14.

16. Тихомирова, Е.В. Кредитные продукты современных российских банков [текст] / Е.В. Тихомирова // Финансы и кредит. – 2011. – №29 (461). – С. 47.

17. Фрост, С.М. Настольная книга банковского аналитика [текст] / С.М. Фрост. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006.

CLASSIFICATION OF BANK LOANS FOR SMALL BUSINESS: THE MAIN TYPES AND DEFINITIONS

Kostykova Mariya Yuryevna,

Post-graduate student of the Economic Faculty of Voronezh State University; mari.kostykova@ya.ru

The article considers the main types of banking credits to small business; the analysis of banking approaches borrower's segmentation of small business in foreign and Russian banks is held. A comprehensive classification of banking credits to small business by quality attributes is development.

Keywords: small business, crediting of small business, classification of banking credits to small business, CRM-conception.