

# ВПЛИВ ПІДПРИЄМСТВА НА РОЗРОБКУ СТРАТЕГІЇ КРЕДИТНО-ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасна система взаємин промислових підприємств з банками почала складатися з 1988 року в період комерціалізації діяльності останніх, переходу до дворівневої банківської системи. Відсутність досвіду у формуванні видів і форм взаємодії, відмова від використання принципів маркетингу в своїй діяльності, короткий період часу на формування методичного і правового забезпечення даних взаємин, криза в економіці, соціальна криза — все це безпосередньо спричинило її становлення.

Сучасний рівень взаємин підприємств і банків характеризується малими якісними зрушеннями, дефіцитом інструментів, високими ризиками, незначним вживанням стратегічного підходу в плануванні даної взаємодії. У свою чергу, методичний підхід до аналізу сучасної системи взаємин промислових підприємств з банками базується на вивченні лише чотирьох її елементів: принципів взаємин, можливих видів і форм операцій, методичного і правового забезпечення взаємодії і частково п'ятого — критеріїв і вимог банків до підприємств.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Розгляду даних питань присвячено багато робіт, зокрема, Асхауєра Р., Бакстера Н., Букато В.І., Т.Беррелла, Іваницького В.П., Колесникова В.І., Лаврушина О.І., Львова Ю.І., Попкова В.В., Семенюти О.Г. і ін. Таким чином, у всіх роботах вивченню підлягала безпосередня суть даної взаємодії. При цьому належна увага деяким супутнім йому елементам не приділялася, а саме: стратегії і політиці, які повинні конкретизувати головну мету даних взаємин, а також критеріям і вимогам підприємств-клієнтів. Роботою, в якій процес двосторонніх стосунків "підприємство-банк" розглядається з позицій вимог і критеріїв підприємств-клієнтів, є дисертація Сергєєва Л.В., також Дамдіндоржін С. розглянула методичні аспекти даного питання.

Питання формування взаємин підприємств з банками є одним з найважливіших. Важливу роль в забезпеченні функціонування системи кругообігу доходів в державі грає здійснення інвестицій в реальний сектор економіки і задоволення потреб держави в грошових ресурсах з боку банківської системи в результаті взаємодії з підприємствами реального сектора економіки.

Дана роль і значення взаємин даних економічних агентів в економіці держави могли б бути підвищені унаслідок якісної зміни рівня даної взаємодії в частині об'ємів і кількості послуг, що надаються, який, в порівнянні із зарубіжними аналогами, є низьким. Однією з причин даного положення справ є відсутність в багатьох банків чіткої стратегії, що реалізовується, на під-

ставі якої повинні будуватися взаємини банку і його клієнтів, — промислових підприємств. Все це говорить про необхідність якісного реформування системи взаємин даних економічних агентів на підставі вживання стратегічного підходу в її організації.

При цьому для практичного вживання процесу стратегічного планування необхідне використання синтезу методів і концепцій, розглянутих багатьма авторами, у тому числі Кохом Р., Топсоном А.А., Стріклендом А.-Дж., Чернатоні Л., Бендової Л.В., Васильєвим В.А., Леман М., Севруком В.Т., Усоськиним В.М., Фалько А.В., М.Я. Ходоровським, Шишковим А.А., та ін., унаслідок того, що всі вони по-різному описують етапи розробки стратегії. Роботи перерахованих авторів в основному націлені на вивчення теоретичних аспектів стратегічного планування. До недостатньо розробленого питання проблеми відноситься аспект практичного вживання теорій до банківської діяльності, деякі моменти якого знаходять віддзеркалення в основному в періодичних виданнях.

Метою статті є дослідження та обґрунтування можливостей впливу підприємств на розробку стратегії банку шляхом аналізу механізмів взаємодії підприємства та кредитно-фінансової установи.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Основою для розробки стратегії кредитно-фінансових установ щодо взаємодії з підприємствами галузі є розуміння того, що така взаємодія повинна носити характер співпраці. Обидві зацікавлені сторони повинні брати активну участь в процесі вироблення спільної взаємовигідної основи для подальшого співробітництва. Підприємства і кредитно-фінансові установи є рівноправними партнерами, які організовують фінансові взаємовідносини з метою одержання прибутку. Питання взаємодії комерційних банків та підприємств раніше було досліджено в декількох дисертаційних роботах [1, 60]. Зокрема, в дисертаційному дослідженні Радіонової М. М. дане визначення "взаємодії підприємницьких структур виробничого і фінансового секторів економіки" як складне явище багаточинника, що полягає в наданні кредитно-фінансових послуг, інвестиційних ресурсів, інноваційного, розрахунково-касового, страхового, депозитарного, консультативного супроводу та інших видів обслуговування, що носять договірний характер і що має за мету для всіх суб'єктів економічних взаємин отримання прибутку, збільшення об'ємів виробництва і збуту товарів і послуг, розширення клієнтської бази [2]. Ми цілком згодні з думкою автора, що масштабна, довгострокова, взаємовигідна інтеграція підприємницьких структур виробничого і фінансового секторів служить дієвим каталізатором зростання національної економічної системи.

Кредитно-фінансовим установам необхідно робити правильний вибір при організації партнерства для сумісного розвитку, для цього слід враховувати відмінні особливості установи, орієнтованої на клієнта:

- хороша репутація, підтверджена аудиторською звітністю, високий рейтинг надійності;
- високий рівень менеджменту, наявність базової освіти у персоналу, досвід роботи в банківській сфері, відповідна кваліфікація;
- високий рівень обслуговування клієнтів, що досягається за рахунок клієнто-орієнтованого підходу;
- наявність сумісного бізнесу, участь в розвитку бізнесу партнера;
- індивідуальний підхід до рішення питань, що не вписуються в стандартні схеми обслуговування;
- наявність спеціально розробленої тарифної політики по відношенню до кожного клієнта;
- проведення маркетингових досліджень для виявлення ступеня задоволеності клієнтів в банківському обслуговуванні і визначення їх потреб в нових послугах [3].

Як зазначено в роботі В. А. Ларіонової [4], на сьогоднішній день у банківській практиці намітилися декілька характерних для сьогодення тенденцій у частині розвитку ринку банківських послуг і продуктів для корпоративних клієнтів з метою втримання (залучення) корпоративних клієнтів і одержання прибутку.

Принциповість використання іншого підходу при наданні послуг банками та іншими кредитно-фінансовими установами саме корпоративним клієнтам обумовлена:

- наявністю твердої конкуренції на ринку кредитно-фінансових послуг;
- впливом якісного складу корпоративних клієнтів (клієнтської бази) на структуру й відповідно на якість пасивів у частині засобів юридичних осіб;
- наступним вибором клієнтом основного платіжного банку (зосередження основних платежів — грошових потоків);
- одержанням доходів (комісії й відсотків) по активних і пасивних операціях банку й, як наслідок, прибутку;
- підтримкою й зміцненням іміджу банку.

У зв'язку із цим банки переглядають взаємини з корпоративними клієнтами й вибирають нові форми й методи надання банківських послуг, орієнтуючись на клієнта, виходячи з його реальних запитів, створюючи індивідуальну продуктову лінійку й розробляючи індивідуальні фінансові схеми, стаючи поступово клієнто-орієнтованими. Застосовані банками нові методи й інструменти (при наданні й розвитку банківських послуг корпоративним клієнтам), як правило, взаємозалежні з обраною стратегією й тактикою роботи з корпоративними клієнтами.

Саме ці чинники визначають шляхи впливу корпоративних клієнтів на стратегію кредитно-фінансових установ. Таким чином, корпоративні клієнти можуть впливати на кредитно-фінансові установи наступними шляхами:

1. Використовувати високу стійку конкуренцію між кредитно-фінансовими установами. Розвиток пенсійних фондів, страхових компаній, інвестиційних компаній та фондів складає додаткову конкуренцію на кредитному та інвестиційному ринку України.

2. Залучення капіталу корпоративних клієнтів надає додаткову стабільність кредитно-фінансовим установам. Таким чином, останні зацікавлені у залученні но-

вих клієнтів з огляду на якісний склад корпоративних клієнтів (клієнтської бази) на структуру й відповідно на якість пасивів у частині засобів юридичних осіб. Пріоритетність роботи даного напрямку очевидна. Склад і якість клієнтської бази впливають на обсяг і якість додаткових притягнутих ресурсів, на можливість збільшення й розширення кредитного й інвестиційного портфелів, а також на обсяг проведених через банк платежів партнерів-кореспондентів.

3. Через перспективу залучення корпоративним клієнтом кредитно-фінансової установи у якості основного платіжного банку (зосередження основних платежів — грошових потоків).

4. Через можливість одержання доходів (комісії й відсотків) по активних і пасивних операціях банку й, як наслідок, прибутку.

5. Кредитно-фінансові установи зацікавлені в зміцненні іміджу. Корпоративні клієнти через відповідну прозору політику управління можуть впливати на зацікавленість відповідних установ в залученні себе в якості клієнта.

Реалізація цих шляхів можлива при застосуванні сучасних технологій менеджменту підприємства та всебічним співробітництвом з різними сегментами кредитно-фінансової системи України. Промисловим підприємствам необхідно так розвинути внутрішній потенціал і змінити своє зовнішнє оточення, щоб внутрішній потенціал отримав максимальний вираз і вимогу. Для вирішення проблем такого роду необхідні грошові ресурси, концентрація капіталу на користь підвищення темпів виробництва і керованості. Низька рентабельність є наслідком застарілих технологій і відсутності можливості її збільшення за рахунок частки прибутку, оскільки продукція може стати не конкурентною.

## ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження та аналізу ми запропонували декілька можливих шляхів впливу підприємств на формування стратегії кредитно-фінансової установи, які базуються на привабливості підприємства як джерела доходів для банківської установи. До них слід віднести: використання конкурентних механізмів ринку кредитно-фінансових послуг, збільшення капіталу банків за рахунок депозитних рахунків, вільних коштів, залишків на рахунках, збільшення доходів за рахунок кредитних та розрахункових операцій та покращення іміджу банку за рахунок використання іміджу підприємства.

## Література:

1. Раскатов А. В. Механизм взаимодействия коммерческого банка и промышленных предприятий (управленческий аспект): Дис. ... канд. экон. наук. Специальность 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством / Высшая школа приватизации и предпринимательства. — Москва, 1998. // <http://eur.ru/Documents/2004-07-19/2E4A6.asp> [Електронне джерело]
  2. <http://www.stgau.ru/new/foto/up/news/Radionova.doc>
  3. Мартиросян А.Р. Перспективы эффективного взаимодействия промышленных и банковских структур. // Современные аспекты экономики. — М., 2005. — № 25.
  4. Ларионова А.В. Развитие услуг для корпоративных клиентов как фактор устойчивости банков // [http://www.reglament.net/bank/bankproduct/2007\\_1\\_article.htm](http://www.reglament.net/bank/bankproduct/2007_1_article.htm) [Електронне джерело]
- Стаття надійшла до редакції 25.06.2009 р.*