Кльоба Л.Г.
Національний університет «Львівська політехніка»

БАНКІВСЬКА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

© Л.Г. Кльоба, 2014

Розвиток експортно-імпортного потенціалу економіки України значною мірою залежить від проведення банками активної інвестиційної діяльності. Ефективна банківська інвестиційна діяльність, як показує досвід інших країн, значною мірою визначає прогрес розвитку експортно-імпортного потенціалу економіки. Успішному сприянню банками експортно-імпортній діяльності клієнтів може допомогти формування системи методологічного забезпечення процесу удосконалення сучасного інвестиційного банкінгу.

Глобалізація економіки, сучасні реалії розвитку банківської системи, в тому числі жорстка конкуренція між банківськими установами, вимагають якісно нових підходів до інвестування коштів в експортно-імпортну діяльність.

З урахуванням змісту банківського інвестування пропонуємо фінансування експортерів і імпортерів розглядати як процес забезпечення їх всіма необхідними ресурсами та організування розробки нових і удосконалення наявних банківських технологій, продуктів і послуг, зокрема, забезпечення належного рівня якості обслуговування експортерів та імпортерів, використання сучасних технічних засобів і методів зв'язку з ними.

Для вітчизняних банків сприяння ефективній діяльності експортерів та імпортерів потребує такого стилю роботи, в основі якого лежить пошук нових можливостей, вміння залучати і використовувати для вирішення поставлених завдань ресурси із різних джерел, добиваючись бажаного результату при мінімальних затратах. На нашу думку це доцільно здійснювати комплексно, одночасно за різними організаційно-економічними напрямами, підпорядкованими єдиному стратегічному задуму, орієнтованому на задоволення потреб клієнтів в інвестиціях, а також на успішну реалізацію інвестиційної політики банку.

Для визначення банком ефективності від фінансування експортно-імпортної діяльності пропонуємо використовувати такі показники: обсяг залучених інвестиційних ресурсів; обсяг вкладених інвестиційних ресурсів в розвиток експортного-імпортного потенціалу; обсяг продажу інших банківських продуктів і послуг для обслуговування екпортно-імпортної діяльності; обсяг прибутку від обслуговування експортно-імпортної діяльності; частка обслуговування ринку експортно-імпортної діяльності.

Основна мета банку під час активізації фінансування експортно-імпортної діяльності – оптимальне збільшення прибутку, може бути досягнута тільки за рахунок ефективної координації роботи всіх головних служб банку: виробничо-технологічної (визначення та забезпечення потреби: у продуктах та послугах, розширенні мережі філій та відділень, впровадженні нового обладнання та технологій); маркетингової – вибір ринків та продуктів; кадрової – визначення та забезпечення потреби у персоналі; фінансової – визначення та забезпечення потреби у фінансових ресурсах.

Для банку активізація фінансування експортно-імпортної діяльності - це можливість проникнення на нові ринки, їх освоєння, задоволення виникаючих побажань клієнтів і отримання на цій основі додаткових прибутків. Особливо високі доходи мають місце тоді, коли банк виходить на ринок експортно-імпортної діяльності з досконалими, якісно новими продуктами, які інші банки поки не використовували. На певному етапі банк стає монополістом, що дає можливість впродовж деякого часу отримувати монопольно високий прибуток. Цей період, як правило, невеликий, адже інші банки намагаються швидко наздогнати лідера – розробити, впровадити і запропонувати своїм клієнтам аналогічну послугу. Але і за короткий час банки-новатори можуть отримати достатньо високий прибуток, а головне привернути до себе увагу нових клієнтів та суттєво поповнити клієнтську базу. Комерційний банк зобов'язаний пропонувати клієнтам набір послуг, які можуть бути реалізовані рентабельно. Вказані послуги надаються в такій формі, за такою ціною, в такий час і в такому місці, які відповідають запитам клієнтів [1, с.144].

Комплексний підхід до обслуговування експортно-імпортної діяльності сприяє створенню максимального ефекту при організації купівлі-продажу банківських інвестиційних продуктів і послуг, в тому числі, дозволяє: привернути увагу потенційних клієнтів; пробудити інтерес до пропонованих банком продуктів

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

та послуг; сформувати переконання щодо доцільності вибору даного банку; заохотити клієнтів до поглиблення співпраці з банком; спонукати клієнтів до дії – до купівлі продуктів і послуг банку.

Для банку експортери та імпортери це важливі та перспективні клієнти, які за своїми кількісними і якісними показниками цікаві для банку щодо формування їх попиту на банківські продукти і послуги та отримання на цій основі додаткових доходів.

Одним із ключових елементів вдосконалення банком партнерських відносин з експортерами та імпортерами є впровадження посади персонального менеджера, який відповідає за встановлення і розвиток відносин із підприємствами, які для банку є цікавими як споживачі банківських продуктів і послуг. З метою підвищення ефективності результатів банківської діяльності пропонуємо ввести у штатні розписи підрозділів банків, які безпосередньо зайняті обслуговуванням експортерів та імпортерів, посади персональних менеджерів.

Як свідчить банківська практика, банку набагато дешевше утримати клієнта, який активно здійснює еспортно-імпортні операції, ніж залучити нового. Тому основне завдання персонального менеджера, відповідального за обслуговування клієнтів, які використовують банківські інвестиції, полягає в задоволені потреб у банківських продуктах і послугах закріплених за ним клієнтів.

Проведені дослідження дозволяють нам зробити висновок про доцільність виділення двох груп персональних менеджерів: відповідальних за збереження наявних клієнтів-партнерів або обслуговування їх рахунків; відповідальних за залучення на обслуговування в банк нових пріоритетних клієнтів, які мають бажання використовувати інвестиційні ресурси.

Функціональні обов’язки персональних менеджерів визначаються з огляду на завдання, які стоять перед ними: проведення бізнес-аналізу клієнтів; вивчення та задоволення потреб бізнесу клієнтів (наявних та потенційних) у банківських продуктах і послугах; здійснення повного комплексу функцій з просування банківських продуктів серед закріплених клієнтів (наявних та потенційних) і формування попиту на них.

Акцентуємо увагу на тому, що впровадження банківськими установами концепції партнерських відносин з клієнтами, які здійснюють експортно-імпортні операції, дозволяє отримати такі позитивні результати: встановити більш тісні відносини з пріоритетними клієнтами, забезпечити своєчасне виявлення і задоволення їх потреб; підвищити інформування клієнтів про банк, його продукти і послуги; виявити ідеї про нові банківські продукти і послуги; залучити додаткові ресурси за рахунок надходження грошових потоків цих клієнтів з банків-конкурентів; розширити коло позичальників; скласти плани довгострокової співпраці з пріоритетними групами клієнтів, реалізувати заходи включені в них.

Для клієнтів вигода полягає в підвищенні ефективності їх діяльності, розширенні виробництва, завоюванні ринків збуту, збільшенні прибутку.

Проведені нами дослідження дають підстави вважати, що для забезпечення належного комплексного обслуговування, в т.ч. інвестування експортно-імпортної діяльності своїх клієнтів банкам небхідно: основний акцент робити на сучасні методи і схеми обслуговування клієнтів; впровадити системний підхід до формування ефективної технології обслуговування клієнтів; виробити єдині професійні і особисті вимоги до персональних менеджерів клієнтів; розробити практичні рекомендації з техніки продажу банківських продуктів і послуг та правила проведення переговорів з клієнтами і пропонування їм продуктів і послуг; вдосконалити підходи щодо формування попиту у клієнтів на банківські продукти і послуги; активніше використовувати маркетингові дослідження для вивчення потреб клієнтів у банківському обслуговуванні та якості банківських продуктів і послуг; більше уваги приділяти вивченню питань стосовно задоволення клієнтів якістю обслуговування; інтенсивно впроваджувати систему маркетингового планування, орієнтованого на розвиток довгострокових відносин з клієнтами.

Впровадження в практику діяльності банків України запропонованих заходів дозволить підвищити їх конкурентоспроможність і тим самим забезпечити підвищення експортно-імпортного потенціалу країни.

.Реверчук С.К. Управління і регулювання банківською інвестиційною діяльністю: монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. С.К. Реверчука / С.К. Реверчук, Л.Г. Кльоба, М.Б.Паласевич. – Львів: Вид-во "Тріада плюс", 2007. – 352 с.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua