

*В.В. Пиво, 4 курс**Научный руководитель – О.В. Володько, к.э.н., доцент  
Полесский государственный университет*

Преобразование экономики Беларуси направлено на создание полноценной системы рыночных отношений. Особое место в ней занимает такой важный элемент рынка, как банковская сфера деятельности, где первоочередной задачей становится установление связей между промышленным и банковским капиталом на долгосрочной основе.

Банки составляют неотъемлемую черту современного денежного хозяйства, их деятельность тесно связана с потребностями воспроизводства. Находясь в центре экономической жизни, банки опосредуют связи между промышленностью и торговлей, сельским хозяйством и населением. Банки это атрибут не отдельно взятого экономического региона или какой-либо одной страны, сфера их деятельности не имеет ни географических, ни национальных границ, это планетарное явление, обладающее колоссальной финансовой мощностью, значительным денежным капиталом. Рынок неизбежно выдвигает банк в число основополагающих, ключевых элементов экономического регулирования.

В будущем лидирующие позиции займут те банки, которые будут руководствоваться не получением мгновенной выгоды от вложенных средств, а найдут пути их эффективного использования для решения долгосрочных задач развития промышленного производства. Это возможно достичь посредством расширения методов и форм взаимодействия банка с клиентами - промышленными предприятиями.

Коммерческие банки в своей деятельности уже не могут ограничиваться выдачей кредитов под определенное обеспечение или поручительство, собирая информацию лишь о финансовом состоянии клиента и оценивая эффективность капиталовложений и возможных рисков. Банки заинтересованы в расширении и укреплении клиентской базы, для этого нужно с помощью маркетинговых исследований получить полное представление: во-первых, о всех сторонах производственно-коммерческой деятельности своих клиентов; во-вторых, об уровне и качестве менеджмента на предприятиях; и, в-третьих, совместно с предприятиями разрабатывать инвестиционные проекты, управлять рисками с помощью современных методов стратегического менеджмента, совершенствовать и развивать программы долгосрочного управленческого взаимодействия со своими клиентами [1].

Решаются эти задачи путем комплексного анализа условий, факторов, используемых методов организации и управления, имеющихся ресурсов и ожидаемых результатов. В конечном итоге, на коммерческий банк возлагаются обязанности маркетингового и управленческого консультанта. Банк должен помочь предприятиям - клиентам, многие из которых обладают высоким, но плохо используемым потенциалом, осознать свои истинные возможности и преодолеть, за счет рекомендуемых мероприятий по реинжинирингу, хронически сложное финансовое положение, чтобы стать надежным клиентом банка на длительную перспективу.

Предпосылками для развития системы взаимодействия предприятий и банков являются наличие у предприятий острого недостатка собственных средств, необходимых для дальнейшего функционирования, с одной стороны, и невозможность дальнейшего функционирования банков-

ского сектора без преодоления оторванности от производственной сферы – с другой. При построении системы взаимодействия банка с клиентами – юридическими лицами банк, а именно он будет инициатором формирования и главным связующим звеном в работе системы, руководствуется следующими принципами:

1. Принцип партнерства. Партнерские отношения обладают определенными свойствами. Им присуще: добровольность, взаимозаинтересованность, коммерческий характер взаимодействия банка с предприятием.

2. Принцип длительности взаимодействия банка с каждым из его клиентов. Данный принцип вытекает из особенности банковского продукта как реализуемого товара, т.е. услуги, оказываемой на протяжении определенного времени или даже бессрочно, поэтому банк, заключая соглашение с клиентом, предполагает взаимодействие на максимально длительный срок.

3. Принцип комплексного обслуживания. Значит, что банк заинтересован оказать клиенту весь (или максимально возможный) комплекс банковских услуг, в которых тот нуждается.

Партнерство банка и предприятия перспективно, так как банк представляет собой специфическое предприятие, производящее специфический продукт – деньги. Банкам необходимо найти новое направление для размещения средств, в связи с тем, что:

- операции на фондовом рынке излишне рискованны и вовлечение в них значительных средств чревато ухудшением ситуации;

- приоритетом развития банковской системы является кредитование реального сектора экономики;

- подъем предприятий производственной сферы, их развитие собственными силами практически невозможно без привлечения дополнительных источников финансирования.

Формы финансовых взаимоотношений делятся на посреднические и партнерские. Посредническая форма финансовых отношений – «обычное» банковское обслуживание денежных потоков предприятия: расчетно-кассовое, депозитное, валютное, кредитное, трастовое, банкоматное, дилерское, депозитарное. Составной частью указанных отношений являются формы консультационного обслуживания предприятия. Партнерская форма финансовых взаимоотношений возникает при участии банка в разработке плановых финансовых документов предприятия и заключении договора о его комплексном банковском обслуживании. В зависимости от срока, на который планируется сотрудничество, можно говорить о стратегических и тактических клиентах. Наиболее подходящим и заинтересованным партнером в разработке результативного финансового плана для предприятия считается коммерческий банк, клиентом которого оно является. Перечень положительных эффектов тесного сотрудничества хозяйствующего субъекта с коммерческим банком приводится в таблице.

Таблица – Результат сотрудничества хозяйствующего субъекта и коммерческого банка

Для предприятия	Для банка
повышение дохода по финансовым инструментам банка и рынка	структурированная ресурсная база банка
повышение дохода за счет ускорения оборачиваемости денежных средств (оборотности дебиторской задолженности, снижения затрат по кредиторской задолженности)	увеличение процентных доходов за счет оптимизированной структуры финансовых потоков, комиссия
регулирование налоговой базы (налоговое планирование)	заданная структура привлеченных средств
финансовый инжиниринг	потенциал повышения эффективности использования финансовых ресурсов
фондирование оборотных средств	диверсификация рисков: процентного, ликвидности, кредитного
оптимизация оборотного капитала и денежных потоков	привлечение и удержание денежных потоков предприятия за счет использования большего количества финансовых продуктов
имидж предприятия в среде потребителей продукции	имидж банка в клиентской среде

Приведенные аргументы свидетельствуют о том, что коммерческий банк является наиболее подходящим субъектом для разработки альтернативного варианта развития предприятия. В силу того, что банковский финансовый аналитик обладает собственными информационными источниками и методами прогнозирования рыночных тенденций, и глубже знает возможности банка по решению различных финансовых проблем, то он может предложить оптимальный вариант решения финансовых проблем предприятия [4].

Следует отметить, что установление партнерских финансовых отношений выгодно банку, так как дает ему некоторые инструменты для решения следующих задач его финансового менеджмента:

- структурирования привлеченных денежных средств по срокам, объемам и стоимости;
- повышения качества текущей и срочной ликвидности банка;
- регулирования процентного риска за счет гибкой ценовой политики и диверсификации сроков и объемов привлечения денежных средств клиентов;
- расширения ресурсной базы и соответственно возможностей проведения активных операций, обеспеченных структурированными ресурсами;
- регулирования организационной, финансовой, коммерческой и функциональной устойчивости;
- расширения клиентской базы и занятия новых рыночных ниш;
- приобретения имиджа «клиентоориентированного» и «технологичного» банка, предлагающего предприятиям банковские продукты, обеспечивающие решение их индивидуальных проблем;
- увеличения срочных денежных средств в ресурсной базе банка по сравнению со средствами на счетах до востребования;
- обеспечения сбалансированности между прибыльностью и ликвидностью банка.

Партнерская форма отношений позволяет более эффективно решать многие задачи финансового менеджмента как предприятия, так и банка. Это создает объективные предпосылки для ее успешного развития на рынке банковских услуг.

Таким образом, партнерские отношения предприятия и банка – это совокупность инициируемых ими реальных, планируемых или потенциальных действий, условием осуществления которых является наличие общих целей и максимальное использование свойств, возможностей и предложений противоположной стороны с учетом ее условий и требований, и направленных на достижение определенных целевых ориентиров каждой из сторон. Значительная роль в отношениях предприятия и банка отводится также прошлым и ожидаемым результатам указанных действий.

### **Список использованных источников**

1. Масленченков Ю.С. Технология и организация работы банка. – М.: ОО Издательско-Консалтинговая компания «ДеКА», 2008. – 305с.
2. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: Интерэксперт – Экономика, 2005. – 344 с.