

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОГО МЕХАНИЗМА СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА ПРИНЦИПАХ МАРКЕТИНГА

© 2016

А.А. Кузубов, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного бизнеса и финансов
В.С. Максимова, магистрант

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток (Россия)

Ключевые слова: банковский потенциал; финансовые услуги; кредитование; маркетинг; банковский продукт; конкуренция; финансово-кредитный механизм; субъекты хозяйствования.

Аннотация: В обеспечении эффективного развития экономики любой страны важную роль играет состояние и функционирование субъектов хозяйствования. Однако они не всегда могут эффективно осуществлять свою деятельность, что обусловлено ограниченностью собственных финансовых ресурсов, недостаточностью развития механизма финансово-кредитного взаимодействия. В статье выявлено, что банковская система не может функционировать без существования банковского рынка, концентрации банковских ресурсов, торговли банковскими продуктами и обеспечения их услугами. Дано определение понятия «банковский продукт» как комплекса взаимосвязанных банковских операций и услуг. Отмечено, что в формировании и реализации финансово-кредитного потенциала банка его основу определяют источники финансирования, среди которых выделены финансовые ресурсы, являющиеся, в свою очередь, основной составляющей ресурсного потенциала банка. Показано, что ресурсный и финансово-кредитный потенциал банка взаимосвязаны и взаимообусловлены. Авторами выделены элементы финансово-кредитного потенциала банка в аспекте процесса кредитования. Представлена модель концепции механизма финансово-кредитного взаимодействия банков и предприятий на принципах маркетинга. Особое внимание уделено предоставлению финансово-кредитных услуг предприятиям в процессе финансово-кредитного взаимодействия, которое должно основываться на анализе и изучении с помощью специфических инструментов маркетинга реального потенциала предприятий, их возможностей, положения на рынке и бизнес-перспектив. Проведенное исследование определило, что для развития механизма финансово-кредитного взаимодействия финансово-кредитный потенциал банка следует рассматривать как ресурсы, определяющие способность банка к созданию банковских продуктов и развитию кредитования, связанные с наличием у предприятий потребностей в кредитных ресурсах и величиной ресурсного потенциала банка с учетом формирования необходимых резервов.

Финансово-кредитные отношения являются одной из важнейших категорий рыночной экономики, которая отражает реальные взаимосвязи и отношения субъектов хозяйствования в экономической жизни общества. Финансово-кредитное взаимодействие банков и предприятий всегда было и остается важным рычагом стимулирования развития производства и отражает экономические взаимоотношения по поводу обратного движения заимствованной стоимости. Организация и управление ресурсным обеспечением производителей в рыночных условиях хозяйствования на макроэкономическом и микроэкономическом уровнях предусматривают формирование определенного механизма финансово-кредитного взаимодействия банков и предприятий.

Значительный научный вклад в исследование вопросов развития банковской деятельности и финансово-кредитной взаимодействия банков и предприятий сделали российские ученые и специалисты, в частности А.В. Корень, Л.Н. Жилина, Н.В. Шашло, И.А. Кузьмичева, В.А. Осипов, К.И. Золотаренко, А.В. Кравченко, О.Ю. Ворожбит и другие [1–12]. Благодаря им получены значительные теоретические наработки, которые дают основание для продолжения исследований, нацеленных на развитие направлений финансово-кредитного взаимодействия банков и предприятий, создание механизма этого взаимодействия на основе маркетинговых подходов и инструментов его практического применения.

Целью статьи является определение путей совершенствования механизма взаимодействия финансово-кредитного взаимодействия предприятий и банков на

принципах маркетинга для обеспечения расширенного воспроизводства производства.

Экономическая природа банка дает ему законодательное право предоставлять финансовые услуги, относящиеся исключительно к банковской деятельности. Практика банковской деятельности заключается в том, что банки сегодня работают в качественно новой сфере финансовых и банковских услуг, основанной на кредитно-депозитном финансовом посредничестве. Поэтому будущую форму финансово-кредитного взаимодействия банка и предприятия определяет эффективное сочетание новых технологий с финансовыми инновациями и процессами распространения банковских продуктов.

Банковские услуги по своей природе являются экономическим продуктом, который может проявляться как в натурально-вещественной, так и в информационной форме. В этом смысле сущность финансово-кредитного взаимодействия заключается в том, что оно отражает конкретные формы организации движения финансовых ресурсов с помощью финансово-кредитного механизма, которые не имеют вещественной формы. С другой стороны, современной тенденцией развития банковской системы является продуктовая диверсификация, вызванная изменениями финансовой среды. Таким образом, существование финансово-кредитного взаимодействия на рынке финансовых услуг неизбежно вследствие того, что учреждения финансовых услуг не только реализуют свои продукты, но и создают их для рыночных целей.

По нашему мнению, банковский продукт целесообразно определить как комплекс взаимосвязанных

банковских операций и услуг, направленный на удовлетворение потребностей предприятия в процессе финансово-кредитного взаимодействия банка и предприятия по конкретному виду банковской деятельности.

Выполняя функцию организации и осуществления движения финансовых ресурсов, банки выполняют и функцию прироста накоплений и превращения разрозненных действий всех субъектов рынка в определенную систему экономических отношений. Таким образом, функции банков можно считать системообразующими в части формирования единого институционального механизма осуществления прямых связей в цепи экономических отношений между банками и предприятиями [13].

В процессе финансово-кредитного взаимодействия банки путем применения делегированных функций по проведению экономического мониторинга формируют пул ликвидности и потребностей предприятий. Это дает им возможность использовать преимущества диверсификации продуктов и услуг, а также реализовать эффект экономии ресурсов путем концентрации возможностей размещения привлеченных источников и формирования оптимального портфеля активов. На финансово-кредитный потенциал банка в процессе финансово-кредитного взаимодействия влияют следующие факторы: формирование и использование ресурсного потенциала банка; наличие потребностей в кредитных средствах банка; уровень обязательных и дополнительных резервов; качество созданных банковских продуктов.

Таким образом, категорию финансово-кредитного потенциала банка можно охарактеризовать как ресурсы, определяющие способность банка к созданию бан-

ковских продуктов и развитию кредитования, связанные с наличием у предприятий потребностей в кредитных ресурсах и величиной ресурсного потенциала банка с учетом формирования необходимых резервов. Согласно такому определению целесообразно выделять следующие элементы финансово-кредитного потенциала банка в аспекте развития кредитования (см. рис. 1): потребности предприятий в кредитных ресурсах банка; продукты, созданные банком и удовлетворяющие требованиям предприятий; политика взаимодействия банка с субъектами хозяйствования, физическими лицами и другими банками; долгосрочный ресурсный потенциал (ресурсная база банка); система трансформации финансовых ресурсов в финансово-кредитные ресурсы банка; управление банковскими ресурсами.

Как показано на рис. 1, благодаря банковскому механизму трансформации и управления ресурсами повышается возможность прироста долгосрочных финансово-кредитных ресурсов банка.

Надо определить, что одними из источников формирования банковских ресурсов являются депозитные вклады, которые обеспечивают банк необходимыми финансовыми ресурсами для осуществления деятельности и являются источником роста прибыли.

Для мобилизации временно свободных денежных средств и трансформации их в реальные финансово-кредитные ресурсы банки должны осуществлять меры стимулирования для привлечения депозитных вкладов. Такие меры целесообразно осуществлять на основе банковского маркетинга.

Банковский маркетинг с общей точки зрения [14–18] можно рассматривать как совокупность методов работы банка на рынке, которые позволяют ему в условиях



Рис. 1. Элементы финансово-кредитного потенциала банка в аспекте процесса кредитования

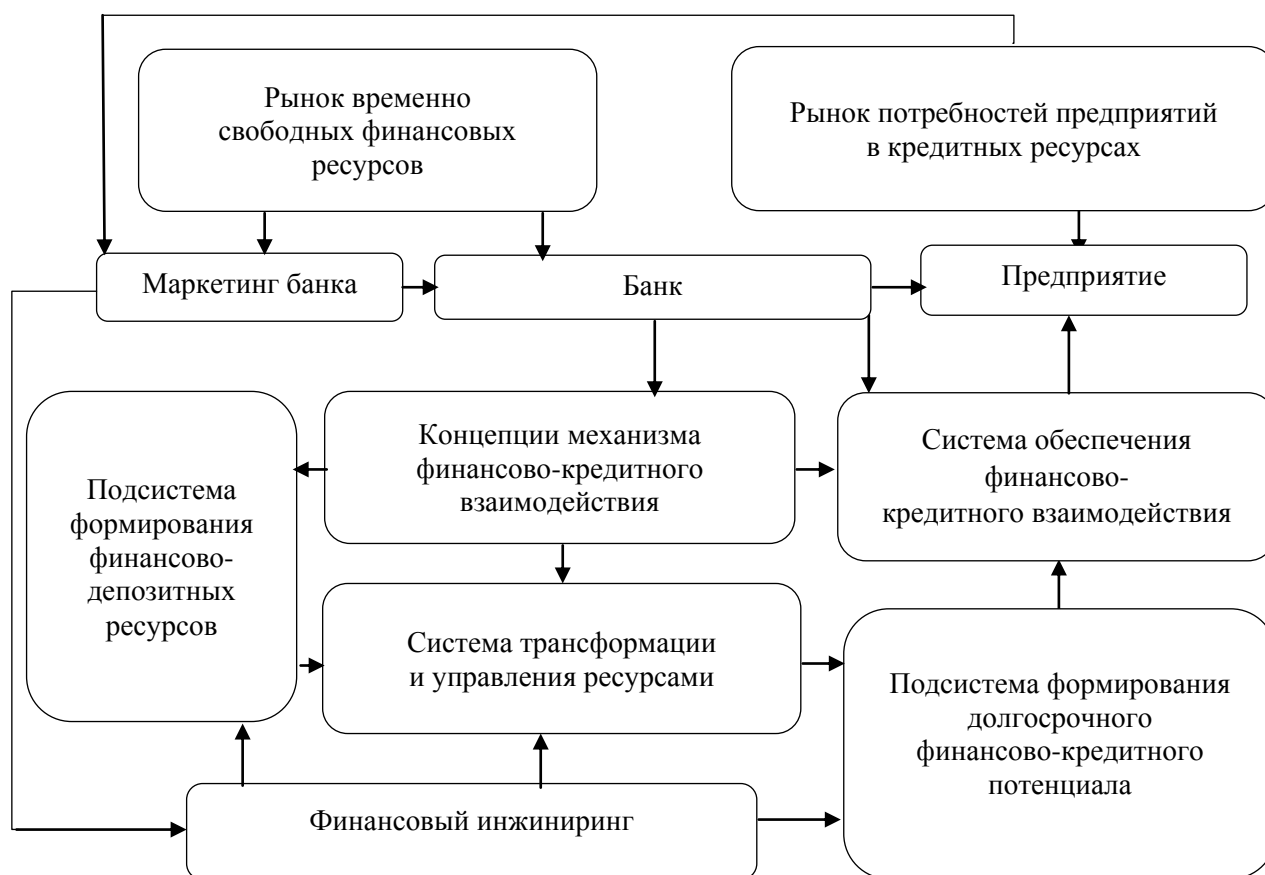


Рис. 2. Модель концепции механизма финансово-кредитного взаимодействия банков и предприятий на принципах маркетинга

конкуренции совершенствовать и разрабатывать новые инструменты, способные обеспечить доходность банка с минимальным риском и отвечающие потребностям предприятий.

Основными элементами модели механизма финансово-кредитного взаимодействия банка и предприятия на принципах маркетинга, как показано на рис. 2, можно считать систему организации и обеспечения финансово-кредитного взаимодействия, подсистему формирования финансово-депозитных ресурсов, систему трансформации и управления банковскими ресурсами, подсистему формирования долгосрочного кредитного потенциала, банковский маркетинг.

Маркетинговый подход в финансово-кредитном взаимодействии банка с предприятиями должен реализовываться исходя из: удовлетворения потребностей конкретного предприятия (банку необходимо найти предприятие, которое удовлетворяет требованиям кредитования, для того чтобы предоставить ему финансово-кредитные услуги и получить доход); удовлетворения собственных потребностей банка (доход необходим банку для развития своей деятельности); мотивации персонала (при отсутствии заинтересованности в финансово-кредитной работе с предприятиями банковских работников, как правило, страдает предприятие-заемщик); поиска сравнительных преимуществ (для опережения конкурентов банк использует метод дифференциации, то есть предприятие должно знать, что банк предоставляет услуги, которые отличаются от услуг других банков).

Для раскрытия содержания маркетинга в реализации механизма финансово-кредитной взаимодействия банка и предприятия рассмотрим его концептуальные положения. Применение маркетинга в деятельности банков обусловило возникновение системы критериев, создание стратегии и тактики деятельности, а также определение конкретных мер по развитию финансово-кредитного взаимодействия на рынке. При этом внедрение маркетинга способствовало росту доходности и снижению риска банковской деятельности. Необходимость банковского маркетинга прежде всего обусловлена его способностью выполнять функции системы поддержки деятельности банка на рынке [19].

Конкуренция на рынке банковских услуг возникла позже, чем конкуренция в промышленности, однако отличается более развитыми формами и высокой интенсивностью, в частности из-за отсутствия входных ограничений, характерных для других отраслей [20]. Ограничения ценовой конкуренции на рынке банковских услуг связаны с государственным регулированием, а также с предельным размером процента по кредиту. Это вызывает дополнительные требования к управлению качеством банковского продукта и инструментов продвижения продукта на рынок. Усиление конкуренции и рост требований предприятий к банковским услугам привели к необходимости внедрения маркетинга, разработки стратегических маркетинговых планов, которые предоставляют банку возможность приспособиться к изменениям внешней среды и обеспечить успех в конкурентной борьбе.

Итак, благодаря влиянию факторов конкуренции, маркетинговый подход формирует ориентацию банка в процессе финансово-кредитного взаимодействия не на собственный продукт, а на реальные потребности предприятий-заемщиков.

Таким образом, развитие механизма финансово-кредитного взаимодействия банков и предприятий на основе маркетинга предполагает, что:

– целесообразно выделять следующие элементы финансово-кредитного потенциала банка: потребности предприятий в кредитных ресурсах банка; продукты, созданные банком и удовлетворяющие требованиям предприятий; политика взаимодействия банка с субъектами хозяйствования, физическими лицами и другими банками; долгосрочный ресурсный потенциал (ресурсная база банка); система трансформации финансовых ресурсов в финансово-кредитные ресурсы банка; управление банковскими ресурсами;

– к основным элементам концептуальной модели механизма финансово-кредитного взаимодействия банка и предприятия на принципах маркетинга следует отнести систему организации и обеспечения финансово-кредитного взаимодействия; подсистему формирования финансово-депозитных ресурсов; систему трансформации и управления банковскими ресурсами; подсистему формирования долгосрочного кредитного потенциала; банковский маркетинг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Курбаков И.С., Корень А.В. Основные направления эффективного управления инвестиционным портфелем // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2015. № 10-4. С. 704–706.
- Шведова А.В., Шведова Д.В., Жилина Л.Н. Международная конкурентоспособность ОАО «Сбербанк России» // *Международный студенческий научный вестник*. 2015. № 4-3. С. 446–448.
- Шашло Н.В. Формирование и оценка эффективности системы корпоративного управления в акционерных обществах Приморского края РФ // *Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. 2016. № 1. С. 77–83.
- Кузьмичева И.А., Подколзина Э.А. Система управления банковскими рисками // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 2-25. С. 5635–5638.
- Осипов В.А., Золотаренко К.И. Влияние инфляционных процессов на ценообразование продукции и услуг торгового предприятия // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2015. № 7-2. С. 302–305.
- Кравченко А.В., Гуник И.А. Тенденции и перспективы развития торгово-розничного сектора экономики РФ в сложившихся экономических условиях // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2015. № 8-3. С. 556–560.
- Киктенко А.Н., Ворожит О.Ю. Интернет-банки в России: проблемы и перспективы // *Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*. 2012. № 1. С. 127–133.
- Роль кредита и модернизация деятельности банков в сфере кредитования / под ред. О.И. Лаврушина. М.: КНОРУС, 2012. 267 с.
- Васильева М.В. Оценка эффективности и результативности использования бюджетных средств при проведении финансового контроля // *Финансовая аналитика, проблемы и решения*. 2011. № 13. С. 24–34.
- Кузьменко В.В., Никитенко Т.В. Финансовый контроль в системе управления бюджетными ресурсами. Ставрополь: Северо-Кавказский гос. технический ун-т, 2011. 193 с.
- Орлова В.В. Государственный финансовый контроль как важнейший инструмент оптимизации бюджетного процесса. М.: МЭСИ, 2010. 144 с.
- Красова Е.В., Попкова К.Е. Проблемы повышения конкурентоспособности российских банков на национальном и международном рынках // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 12-6. С. 1233–1237.
- Кузубов А.А. Риски в процессе банковского кредитования малого бизнеса // *Карельский научный журнал*. 2016. Т. 5. № 1. С. 48–50.
- Орлова М.Е. Современные проблемы стандартизации бюджетного контроля в России и пути их реализации // *Финансы и кредит*. 2009. № 37. С. 51–59.
- Контроллинг бюджетирования: теория, практика / под ред. М.Н. Павленкова. Н. Новгород: Волго-Вятская акад. гос. службы, 2009. 294 с.
- Кузубов А.А. Особенности развития экономической интеграции стран БРИКС // *Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. 2016. № 1. С. 44–48.
- Полещук Т.А., Митина О.В. Бухгалтерский учет в бюджетных организациях. М.: ИНФРА-М, 2010. 150 с.
- Современная модель эффективного бизнеса. Кн. 14 / под ред. С.С. Чернова. Новосибирск: ЦРНС, 2015. 192 с.
- Самыгин Д.Ю., Барышников Н.Г. Бюджетная поддержка сельского хозяйства: планирование, контроль, анализ. Пенза: Пензенский государственный университет, 2010. 245 с.
- Санакоев Э.В. Денежные потоки предприятий и их оптимизация : дис. ... канд. экон. наук. Владикавказ, 2011. 196 с.

REFERENCES

- Kurbakov I.S., Koren', A.V. Main directions of effective management of the investment portfolio. *Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh i fundamentalnykh issledovaniy*, 2015, no. 10-4, pp. 704–706.
- Shvedova A.V., Shvedova D.V., Zhilina L.N. International competitiveness of OAO "Sberbank of Russia". *Mezhdunarodnyy studencheskiy nauchnyy vestnik*, 2015, no. 4-3, pp. 446–448.
- Shashlo N.V. Forming and assessment of the corporate management system effectiveness in the stock companies of Russian Federation Primorsky kray. *Vektor nauki Tolyatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie*, 2016, no. 1, pp. 77–83.
- Kuzmicheva I.A., Podkolzina E.A. Banking risk management system. *Fundamentalnye issledovaniya*, 2015, no. 2-25, pp. 5635–5638.

5. Osipov V.A., Zolotareno K.I. Influence of inflationary processes on pricing of production and services of trade enterprise. *Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh i fundamentalnykh issledovaniy*, 2015, no. 7-2, pp. 302–305.
6. Kravchenko A.V., Gunik I.A. Tendencies and prospects of development of trade and the retail sector of the Russian economy in the layer-lived economic conditions. *Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh i fundamentalnykh issledovaniy*, 2015, no. 8-3, pp. 556–560.
7. Kiktenko A.N., Vorozhbit O.Yu. The Internet-banks in Russia: problems and prospects. *Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa*, 2012, no. 1, pp. 127–133.
8. Lavrushina O.I., ed. *Rol kredita i modernizatsiya deyatel'nosti bankov v sfere kreditovaniya* [The role of credit and the modernization of banks' activities in crediting sphere]. Moscow, KNORUS Publ., 2012. 267 p.
9. Vasil'eva M.V. The assessment of the efficiency and effectiveness of utilization of budgetary funds while carrying out the financial control. *Finansovaya analitika, problemy i resheniya*, 2011, no. 13, pp. 24–34.
10. Kuzmenko V.V., Nikitenko T.V. *Finansovyy kontrol v sisteme upravleniya byudzhetsnymi resursami* [Financial control in the budgetary management system]. Stavropol', Severo-Kavkazskiy gos. tekhnicheskii un-t Publ., 2011. 193 p.
11. Orlova V.V. *Gosudarstvennyy finansovyy kontrol kak vazhneyshiy instrument optimizatsii byudzhetskogo protsessa* [State financial control as the most important instrument of budgeting optimization]. Moscow, MESI Publ., 2010. 144 p.
12. Krasova E.V., Popkova K.E. Problems of increasing competitiveness of Russian banks in the national and international market. *Fundamentalnye issledovaniya*, 2015, no. 12-6, pp. 1233–1237.
13. Kuzubov A.A. Risks in banking small business credit. *Karelskiy nauchnyy zhurnal*, 2016, vol. 5, no. 1, pp. 48–50.
14. Orlova M.E. Current issues of budgetary control standardization in Russia and the ways of their implementation. *Finansy i kredit*, 2009, no. 37, pp. 51–59.
15. Pavlenkova M.N., ed. *Kontrolling byudzhetrovaniya: teoriya, praktika* [Controlling budgeting: theory, practice]. N. Novgorod, Volgo-Vyatskaya akad. gos. sluzhby Publ., 2009. 294 p.
16. Kuzubov A.A. Special aspects of development of brics countries economic integration. *Vektor nauki Tolyattinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie*, 2016, no. 1, pp. 44–48.
17. Poleshchuk T.A., Mitina O.V. *Bukhgalterskiy uchet v byudzhetsnykh organizatsiyakh* [Accounting in budget organizations]. Moscow, INFRA-M Publ., 2010. 150 p.
18. Chernov S.S., ed. *Sovremennaya model effektivnogo biznesa* [Modern model of effective business]. Novosibirsk, TsRNS Publ., 2015. Kn. 14, 192 p.
19. Samygin D.Yu., Baryshnikov N.G. *Byudzhetsnaya podderzhka selskogo khozyaystva: planirovanie, kontrol, analiz* [Budgetary support of agriculture: planning, control, analysis]. Penza, Penzenskiy gosudarstvennyy universitet Publ., 2010. 245 p.
20. Sanakoev E.V. *Denezhnye potoki predpriyatii i ikh optimizatsiya*. Diss. kand. ekon. nauk [Cash flows of enterprises and their optimization]. Vladikavkaz, 2011. 196 p.

THE INTERACTION OF FINANCIAL AND CREDIT MECHANISM OF ECONOMIC ENTITIES ON THE PRINCIPLES OF MARKETING

© 2016

A.A. **Kuzubov**, PhD (Economics), assistant professor of Chair of International Business and Finance
 V.S. **Maksimova**, graduate student
 Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok (Russia)

Keywords: banking potential; financial services; crediting; marketing; banking product; competition; financial and credit mechanism; economic entities.

Abstract: The state and the functioning of economic entities play the important role in the effective development of the economy of any country. However, they are not always able to carry out effectively their activities due to the limitations of their own financial resources, the lack of development of financial credit interaction mechanism. The paper reveals that the banking system cannot operate without the existence of banking market, the concentration of banking resources, banking products trade and the provision of their services. The authors give the definition of the concept of “banking product” as the complex of interconnected banking products and services and note that the funding sources are the basis of formation and implementation of financial and credit potential of a bank. Among these funding sources, the authors distinguish the financial resources that are the major component of the bank’s resource potential. It is shown, that the resource and financial and credit potential of a bank are interrelated and interdependent. The authors distinguish the elements of financial and credit potential of a bank in the context of the process of crediting and provide the model of the concept of the mechanism of financial and credit cooperation of banks and enterprises on the principles of marketing. Special attention is paid to the provision of financial and credit services to the enterprises in the process of financial and credit cooperation, which should be based on the analysis and study using the specific instruments of marketing of the enterprises’ real potential, capabilities, position in the market and business prospects. The study determined that, for the development of the mechanism of financial and credit cooperation, the financial and credit capacity of a bank should be considered as the resources determining bank’s ability to create banking products and develop crediting and associated with the enterprises’ demand for credit resources and the size of the bank’s resource potential taking into account the formation of necessary reserves.