

оріями – еколого-технологічною, економічною і соціально-духовною. Вони співвідносяться між собою як, відповідно, елементарна, висока і гіпервисока теорії виробничих систем.

Література

1. **Економічна теорія:** концепція підготовки студентів з економічної теорії в економічному вузі/ За ред. проф. Башнянина Г.І. – К.: ІСДО, 1995. – 87 с.
2. **Башнянин Г.І.** Экономическое измерение: политико-экономические проблемы общей теории. – К.: Лыбидь, 1991. – 83 с.
3. **Башнянин Г.І. Загорський В.С., Копич І.М., Носов О.Ю.** Про деякі особливості функціонування національної економічної системи в довгостроковому періоді// Соціально-економічні проблеми видавничо-поліграфічного комплексу/ ВПК та його інфраструктур. – Львів: УАД, 1996. – С. 258-261.
4. **Башнянин Г.І., Копич І.М.** Системи економічного оцінювання: проблеми загальної теорії і історичної еволюції// Статистичні інформаційні системи в ринковій економіці. – Львів: ЛКА, 1997. – С. 34-46.

УДК 339.94

*Аспір. Р.Л. Кльоба – Університет банківської справи
Національного банку України, м. Київ*

ПРОГНОЗУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО ДОХОДУ ВІД ЗДІЙСНЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ

Запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення прогнозування операційного доходу від здійснення банківських операцій з цінними паперами. Результати даного дослідження полягають у приверненні уваги науковців та банкірів до необхідності поглиблення теоретичних засад та розвитку науково-методичних положень щодо прогнозування банківських операцій з цінними паперами.

*Post-graduate R.L. Kleba – University of banking of the
National bank of Ukraine, m. Kyiv*

Prognostication of operating profit from realization of bank transactions with securities

In this article is offered practical recommendations in relation to perfection of prognostication of operating profit from realization of bank transactions with securities. The results of this research consist in bringing in of attention of research workers and bankers to the necessity of deepening of theoretical principles and development scientifically methodical positions in relation to prognostication of bank transactions with securities.

Вступ

В умовах формування ринкової економіки в Україні важливого значення набуває дослідження діяльності, пов'язаної із здійсненням банками операцій з цінними паперами.

Різні аспекти здійснення банками операцій з цінними паперами досліджували вітчизняні і зарубіжні вчені-економісти. Значний внесок у розвиток теорії управління банківськими операціями з цінними паперами зробили М.П. Денисенко, Б.Л. Луців, А.А. Пересада, О.Д. Вовчак, В.І. Грушко, С.К. Реверчук, А.М. Мороз, М.М. Туріанська, Л.О. Примостка та ін.

У працях вітчизняних та зарубіжних науковців достатньо глибоко досліджено питання, пов'язані із здійсненням банками операцій з цінними паперами. Однак окремі аспекти цієї проблеми не з'ясовано. Зокрема, окремого опрацювання потребують питання, пов'язані з моделюванням та прогнозуванням банківських операцій з цінними паперами.

Усе це зумовило вибір теми даного дослідження.

Мета дослідження полягає у розробленні теоретичних і методичних положень та рекомендацій щодо вдосконалення прогнозування банківських операцій з цінними паперами.

Об'єктом дослідження є банківські операції з цінними паперами в Україні.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та прикладні засади щодо прогнозування банківських операцій з цінними паперами в умовах ринкової трансформації економіки України.

Виклад основного матеріалу

В Україні банки здійснюють свою діяльність з цінними паперами на підставі Ліцензій Державної комісії цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР). Більшість банків України пропонують своїм Клієнтам широкий спектр операцій з цінними паперами на фондовому ринку, в тому числі:

1. Консультації з питань здійснення підприємствами операцій з цінними паперами – фахові консультації зі способів та інструментів здійснення вкладень в різноманітні цінні папери та фінансові деривативи чи за іншими операціями з фондовими інструментами;
2. Операції купівлі-продажу цінних паперів на первинному та вторинному ринках – це операції, здійснювані банком для клієнта з розміщення його коштів у цінні папери українських емітентів, з метою отримання доходу чи участі останнього у статутному фонді емітента. Операції здійснюються як на позабіржовому ринку, так і через біржі та організаційно оформлені позабіржові системи;
3. Формування та диверсифікація портфеля цінних паперів – розроблення бізнес-плану інвестування клієнтом в цінні папери з використанням різноманітних підходів світової та української практики (метод Монте-Карло, хвилі Еліота, аналіз часових горизонтів і т.д.), а також диверсифікація портфелю з метою зменшення кредитного ризику та ризику ліквідності;
4. Управління, за дорученням клієнта, портфелем цінних паперів, включаючи операції на фондовому ринку, в т.ч. – повне обслуговування клієнтського портфелю цінних паперів, його диверсифікація та забезпечення максимізації доходу при оптимізації ризиків, забезпечення процентних доходів та доходів від спреда цін та маржі позицій, а також можливість отримання клієнтом доходів від реінвестування;
5. Організація емісії облігаційних позик для Клієнта – повний супровід емісій клієнтських облігаційних запозичень – організація випуску (від підготовки протоколу зборів засновників/акціонерів до подання на реєстрацію до ДКЦПФР та розміщення корпоративних облігацій, включаючи андеррайтинг, залежно від укладеного з емітентом договору, бере на себе зобов'язання розмістити серед інвесторів випуск цінних паперів в повному обсязі, або тільки в обсязі, визначеному договором. Важливим ас-

пектом у роботі є обслуговування вторинного ринку, що включає в себе послуги маркет-мейкера, забезпечення підтримки твердих котирувань в торгівельно-інформаційних системах та інформаційних ресурсах. Також банк може брати на себе більш технічну функцію при емісії – платіжний агент емісії – забезпечення обігу грошових коштів при розміщенні, обігу, виплаті доходів та номіналу при погашенні;

6. Організація випуску акцій (у тому числі додаткової емісії) підприємства – за підписаним договорі дорученням з клієнтом банк організує емісію пайових цінних паперів – акцій для клієнта. Для підтримки вторинного ринку та досягнення клієнтом певних інших, поставлених перед ним завдань банк якісно і швидко здійснить консолідацію пакетів акцій, формування блокуючих, контрольних та інших пакетів акцій – що дасть змогу клієнту стати власником/співвласником підприємства і отримувати доходи у вигляді дивідендів;
7. Операції з векселями, а саме: врахування, авалювання (податкових та товарних векселів), доміциляція, інкасування, купівлю та продажів – здійснені через банк вони допоможуть клієнту у проведенні розрахунків з контрагентами підприємства без використання дорогих кредитних коштів, дадуть змогу оптимізувати виробничий і фінансові процеси та отримувати відтермінування податкових платежів. А за умови дефіциту ліквідних коштів одержувати борги до настання строку платежу за пред'явленими векселями.
8. Супровід та консалтингові послуги при переведенні клієнтських цінних паперів з однієї форми в іншу (з документарної в бездокументарну і навпаки) дасть змогу клієнту спростити облік прав власності інвесторів на емітовані ним цінні папери, через зміну їх форми з передачею обов'язків обліку від реєстраторів до зберігачів і навпаки (в основному за емісіями акцій).
9. Повний супровід операцій клієнта з цінними паперами – фахівці банку забезпечують повний супровід операції клієнта, формують документи, справи, створюють "правильний" документообіг та схеми руху грошових коштів з точки зору логістичної інфраструктури операції та оптимізації процесу її здійснення.

Здійснення операцій з цінними паперами дає змогу банкам отримувати значну частину доходу. Тому прогнозування доходів від здійснення банківських операцій з цінними паперами є важливою ділянкою фінансового менеджменту.

Переважає більшість банків в умовах функціонування ринкової економіки досить добре контролює власні доходи і витрати та дотримується фінансової дисципліни. Проте навіть повний контроль керівництва банку за діяльністю підрозділів не дає змоги належним чином керувати найбільш впливовим фактором ефективності діяльності банку – операційними доходами, без використання прогнозування як важливого інструменту фінансового планування.

Операційні доходи від здійснення банками операцій з цінними паперами потребують прогнозування тому, що:

1. Операційні доходи – важливий показник фінансового плану банку, який залежить від багатьох зовнішніх факторів практично невідконтрольних та нерегульованих банком.
2. Операційні доходи банку необхідно прогнозувати насамперед, тому що решту факторів діяльності, зокрема витрати, можна визначити прямим розрахунком залежно від фактичних чи прогнозованих обсягів продажів. Отже, прогнозування операційних доходів – ключовий елемент у плануванні результатів діяльності банку.
3. Процес обговорення та становлення процедури прогнозування операційних доходів банку залежить від того, як менеджери усвідомлюють принципи організації обліку доходів та витрат.
4. Менеджерам банку спочатку необхідно спрогнозувати обсяги очікуваного доходу від операцій з цінними паперами, а вже потім перейти до розрахунку конкретних грошових потоків від здійснення цих операцій.

Прогнозом операційного доходу можна вважати передбачення майбутніх операційних доходів банку протягом означеного облікового періоду та на основі передбачуваної інформації про дію факторів зовнішнього і внутрішнього оточення банку, а також історичних даних минулих періодів за умови, що допустима розбіжність прогнозованих майбутніх доходів та фактичного їх значення встановлюється на основі ймовірності. Загальноприйнятою помилкою у області прогнозування є формування плану на основі єдиного можливого результату подій щодо обсягів продажу. У цьому випадку часто буває, що банк націлюється на досягнення встановленого єдиного прогнозу, а коли його досягти не вдається, то менеджери починають розчаровуватися у самому процесі планування. Прогноз ніколи не збудеться, якщо він заданий одним числом. Це, власне, і не прогноз взагалі. Помилка полягає у нерозумінні сутності прогнозування, а не в процесі фінансового планування. Більш повною, і як наслідок, методологічно правильною варто вважати ситуацію, коли прогноз містить значення, що виникають у випадку оптимістичного, песимістичного і найбільш ймовірного результатів подій. Важливим атрибутом такого прогнозу є наявність ймовірностей кожного з можливих варіантів розвитку подій.

Позитивною стороною такої моделі прогнозу є можливість уже попереднього моніторингу ймовірного варіанта подій, можливість визначити поточну дійсну позицію банку щодо раніше зроблених прогнозів і використання гнучкого планування з урахуванням реального розвитку ситуації. Найбільш точну відповідь стосовно перспектив обсягів реалізації можуть дати маркетингові служби банків. У їх компетенцію входить вивчення поточної ситуації на ринку і дослідження прогнозів щодо майбутнього стану продажу банківських продуктів і послуг.

Для побудови правильного прогнозу потрібно враховувати не лише історичні дані про минулі обсяги продажу, але й об'єктивні тенденції, які проявляються на ринку у цей час.

Взагалі, у процесі фінансового прогнозування, на нашу думку, варто врахувати також ряд важливих правил, сутність яких викладена нижче:

1. Прогнози розробляються окремо для кожної групи банківських продуктів та послуг, оскільки умови росту обсягів продажу можуть істотно відрізнятися.
2. Прогнози варто розробляти не лише окремо для кожного банківського продукту, але й окремо для кожного ринку чи його сегменту, на якому відбувається продажів даного продукту. Різні сегменти ринку диктують різні умови для продажу продуктів банку.
3. Необхідно враховувати умови продажу банківських продуктів на кожному окремому сегменті ринку, наявність і рівень розвитку мережі філій та відділень, акції по просуванню банківських продуктів, рекламні компанії тощо.
4. Важливим моментом є врахування впливу інфляційної складової на ціну банківського продукту, бо якщо інфляційний вплив на структуру витрат і ціни продукту різний, то у структуру фінансового плану банку варто внести необхідні коригувальні розрахунки. Прогнози розробляються окремо для кожного ринку і продукту, а потім додаються. Отриманий результат варто порівняти з окремо розробленим сукупним прогнозом розвитку обсягу продажу продуктів банку у цілому. На його підставі будуть визначені остаточні цифри прогнозованого обсягу продажів, які закладатимуться у фінансовий план.

З прогнозуванням обсягів продажу банку невід'ємно пов'язані поняття потенціалу ринку, потенціалу продажів банку, а також загального обсягу продажів за банківською системою та продажів банку. Звичайним необхідно вважати таке співвідношення між даними поняттями, при якому потенціал ринку більший від продажів за банківською системою, котрі, в свою чергу, більші від потенціалу банку, більшого від можливих фактичних та прогнозованих продажів. Переважно зусиль банку буває недостатньо для того, щоб його продажі досягли максимального потенціалу. Аналогічна ситуація відбувається і у співвідношенні потенціалу ринку та продажів за банківською системою у цілому, тим більше, що остання являє собою підсумований обсяг продажів всіх операторів даного ринку. При цьому під потенціалом ринку розуміють оцінку величину максимально можливих продажів, яких можна досягти на ринку за певний обліковий період для даного виду продукту чи послуг за певних близьких до ідеальних умов. Очевидно, що припущення щодо ідеальних умов є чисто теоретичним, бо за таких умов жодному з банків не доведеться здійснювати продажів власних продуктів. Зазначимо, що поняття ринку у даному випадку стосується певної групи споживачів чи умовної територіально відокремленої одиниці. Під потенціалом продажу необхідно розуміти той прогнозований обсяг продажу, якого банк сподівається досягти протягом даного облікового періоду. У банку повинні існувати певні резонні припущення щодо можливості досягнення такого потенціалу продажу. Відповідно до наведеного алгоритму перш за все розглядаються припущення стосовно специфіки та умов функціонування даного ринку. Встановлення таких припущень часто може становити об'єкт окремих досить складних маркетингових досліджень. На їх основі будується оцінка ринкового потенціалу даного продукту відповідно до специфічних вимог, котрі задекларо-

вані вище у означенні. Далі необхідно встановити, якою часткою ринку володіє банк та зробити припущення щодо бажаної майбутньої частки ринку. Це дає змогу оцінити потенціал продажу банку та визначає орієнтири у процесі реалізації прогнозу. На основі даних щодо потенціалу продажу продуктів банку будується прогноз її продажів відповідно до вище наведеної моделі.

Одне з найбільш важливих питань у процесі прогнозування стосується правильного вибору методу прогнозування. Розглянемо наявну на даний момент практику використання методів прогнозування. Залежно від концептуальних засад таких методів їх поділяють на фундаментальні та технічні. У деяких економічних джерелах їх також називають суб'єктивними та об'єктивними методами. Фундаментальні суб'єктивні методи базуються переважно на оцінках експертами майбутніх обсягів продажу продуктів банку та їх приросту. При цьому експертами-оцінювачами можуть виступати як фокус-групи, що складаються зі споживачів даного продукту, так і групи продавців чи менеджерів банку. Практика доводить, що непоганий результат можна отримати у випадку використання групи, яка охоплюватиме всі названі вище категорії. У процесі опитування таких експертів доцільно використовувати метод Дельфі, сутність якого полягає у послідовному опитуванні експертів незалежно один від одного та формуванні на першому етапі узагальнюючих безособових результатів такого опитування. На другому етапі результати узагальнення повідомляють експертам і пропонують їм висловити свою думку ще раз. Процедура повторюють доти, поки не буде досягнуто резонного результату. Об'єктивні технічні методи переважно базуються на процедурах статистичного оброблення інформації про минулі продажі продуктів банку. При цьому висувається припущення, що вся інформація про банк вже закладена у цих минулих продажах.

Найбільш поширеними методами для технічного прогнозування продажів необхідно вважати регресійний аналіз та подальший розподіл бюджетованих продажів на основі індексу сезонності. Допоміжними процедурами, які дають змогу істотно зменшити випадкові відхилення від тренду, є метод плинних середніх та експоненційне згладжування. Розглянемо деякі з цих процедур детальніше. Регресійний аналіз являє собою стандартну процедуру, яка дає змогу провести лінію регресії серед заданої на графіку серії точок. Особливістю цієї лінії є таке її положення, що відхилення точок від неї є мінімальним. Обов'язковою умовою встановлення достовірності прогнозу, побудованого за таким методом, необхідно вважати перевірку на щільність зв'язку, наприклад, за коефіцієнтом детермінації, кореляції чи коваріації. Як ми вже зазначали раніше, на щомісячні продажі продуктів банку впливає безліч факторів, серед яких: складова кон'юнктури ринку, рекламні акції банку, специфіка освоюваного ринку і головне – властива даному типові продукту сезонність у реалізації. Частина з цих факторів може бути контрольована менеджерами банку, а отже, їхній вплив на бюджет банку оцінити відносно легко. Ті ж, що не можуть бути контрольованими безпосередньо або контролюються тільки частково, враховуються у бюджеті на основі інформації про їхній вплив протягом минулих бюджетних періодів. Так, наприклад, сезонність

реалізації продуктів банку у бюджеті може враховуватися на підставі даних про минулу сезонність реалізації. Це можна зробити за допомогою широко відомих у бізнес-статистиці індексів сезонності.

Індекс сезонності, будучи безрозмірною величиною, демонструє перевищення фактичної величини продажів визначеного місяця над середньомісячною величиною продажів і може використовуватися для помісячного рознесення бюджетних продажів за умови збереження законів сезонності. Продажі продуктів банку дуже часто залежать від календарного сезону. Так, наприклад, збільшення кредитування клієнтів банку, які торгують прохолоджувальними напоями, припадає на літній період. Компанії, що будують житло, мають потребу у залученні додаткових коштів та послуг банку у останньому кварталі року. Автобудівники потребують додаткових коштів у першому кварталі, а підприємства переробної промисловості – восени.

Очевидно, що методи прогнозування операційних доходів від здійснення банками операцій з цінними паперами далеко не вичерпуються наведеними вище, тому для банку буде особливо важливо вибрати власний, найкращий саме для нього.

Висновок

Вдосконалення підходів щодо вдосконалення прогнозування банківських операцій з цінними паперами має надзвичайно важливе значення для забезпечення подальшого ефективного розвитку комерційних банків України.

Література

1. **Примостка Л.О.** Фінансовий менеджмент у банку: Підручник. – 2-ге вид. доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с.
2. **Банківський менеджмент:** Підручник/ За ред. О.А. Кириченка, В.І. Міщенка. – К.: Знання, 2005. – 831 с.
3. **Математические модели** трансформационной экономики: Учебн. пос./ Клебанова Т.С., Раевнева Е.В., Стрижиченко К.А., Гурьянова Л.С., Дубровина Н.А. – 2-е изд., стереотип. – Х.: Ид "ИНЖЕК", 2006. – 280 с.
4. **Васюренко О.В.** Банківський менеджмент: Навч. пос. – К.: Академія, 2001. – 320 с.
5. **Кириченко О., Гіленко І., Ягченко А.** Банківський менеджмент: Навч. пос. – К.: Основи, 1999. – 671 с.
6. [Електрон. ресурс]. – Доступний з: <http://www.innovations.com.ua>
7. **Закон України** "Про банки і банківську діяльність" від 7 грудня 2000 р. № 2121 – III// [Електрон. ресурс]. – Доступний з: <http://www.rada.gov.ua>

УДК 336.71

Доц. Н.М. Руцишин, канд. екон. наук – Львівська КА

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Розкрито суть та пріоритети банківського кредитування малого і середнього бізнесу, висвітлено напрями розвитку системи мікрокредитування в Україні, окреслено шляхи удосконалення банківського кредитування малого підприємництва.