Колякин Андрей Александрович. Клиентские проекты в банковском менеджменте : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 : Москва, 2002 188 c. РГБ ОД, 61:03-8/498-7

**Содержание к диссертации**

Введение

ГЛАВА 1 Формирование спроса на банковские продукты и оценка их сбыта 15

1.1. Понятие и характеристики банка, как участника кредитного рынка 15

1.2. Банковский продукт и его качественные характеристики 38

1.3. Банковский менеджмент и маркетинг на этапе определения стратегии клиентских отношений 54

ГЛАВА 2 Концепция деятельности банка при работе с клиентами 73

2.1. Этапы построения рынка банковских услуг в России 73

2.2. Концепция активно-пассивных операций, как условие эффективного функционирования

рынка банковских услуг 94

2.3. Основные направления и концепция деятельности банка при работе с различными сегментами рынка банковских услуг 111

ГЛАВА З Оптимизация интересов контрагентов банковских операций в процессе комплексного обслуживания 125

3.1 Оптимизация взаимодействия банка и клиента на начальном этапе формирования спроса на предоставляемые услуги 125

3.2. Поэтапная схема реализации клиентского проекта, как формы интеграционных процессов

взаимодействия банка с клиентом

Заключение

Список литературы

Приложения

**Введение к работе**

Актуальность темы диссертационного исследования. Динамика развития рынка банковских услуг в последние годы, свидетельствует о глубоких изменениях, произошедших в банковском деле, в понимании задач и выборе приоритетов при обслуживании клиентов, о необходимости постоянного усовершенствования организации и форм работы с клиентами, а, как следствие, многочисленных новаций в процессе обслуживания. Существенные изменения произошли также при определении стратегии развития и методов достижения поставленных целей в процессе управления банком. Так же надо отметить прослеживающуюся тенденцию усложнения традиционных видов банковской деятельности, увеличения количества банковских услуг и расширения их качественных характеристик. В то же время возникают новые, оригинальные виды финансовых операций и услуг, аналогов которых не встречалось в практике банковского дела в России ранее. Однако, в условиях объективной необходимости расширения спектра предлагаемых услуг, как способа удовлетворения потребности клиентов в современных условиях функционирования рынка банковских услуг, возрастает количество рисков, которые берут на себя банки в процессе обслуживания клиентов. Концепция деятельности банка по одновременному увеличению количества предлагаемых услуг и улучшению их качественных характеристик, как условия, эффективной деятельности банка при обслуживании клиентской базы, с одной стороны, и минимизация рисков, помимо уже существующих, по операциям, связанным с расширением сферы деятельности банка, осуществляемой в рамках рынка банковских услуг, с другой, может стать условием стратегически правильных и грамотных решений в процессе обслуживания клиентов.

В современных условиях снижения инфляционных доходов банков, сокращения доходности от операций с государственными ценными бумагами,

операций на валютном рынке, по другим финансовым инструментам, усиления межбанковской конкуренции, ужесточения требований Центрального Банка России к коммерческим банкам, присоединения нашей страны к принципам регулирования деятельности банков Базельского комитета, от коммерческих банков, в рамках выполнения возложенных на них функций, требуется максимальное использование всех возможностей и резервов для достижения целей, определенных банковской политикой. Это доходность, максимизация прибыли, увеличения рыночной доли, расширение клиентуры, увеличение клиентской базы и целый ряд других параметров.

В связи с этим актуальность исследования развития клиентских проектов при участии банка обусловлена необходимостью: снижения доверия клиентской базы, вообще, и хозяйствующих субъектов, в частности, вследствие увеличения количества обанкротившихся банков к банковской системе в целом; переоценкой сложившихся ранее взаимоотношений между банком и клиентом, то есть осуществляется переориентация рынка банковских услуг с "рынка продавца" на "рынок покупателя". Доказательством этому служит усилия кредитных организаций, направленные на расширение клиентской базы путем предложения востребованных, действительно необходимых услуг, способных наиболее полно удовлетворить потребности клиентов, а не выстраивание отношений с клиентом на основе навязывания услуг клиентам на основе единоличных решений банка в необходимости той или иной услуге; возрастающей потребности в научно-обоснованном подходе к пониманию необходимости интеграционных процессов во взаимоотношениях банка и клиента для наиболее полного использования имеющихся реальных и потенциальных возможностей и резервов банка; определения путей дальнейшего развития комплексного обслуживания клиентов банков в России с целью активизации банковской деятельности; проведения анализа факторов, лежащих в основе условий успешного развития рынка банковских услуг, исходя из необходимости сегментации клиентской базы, для достижения целей, определенных банковской политикой; Первые фундаментальные исследования западных экономистов по проблемам российской экономической литературе до 1990-х годов общие вопросы интеграции интересов клиента и банка появились на рубеже 1970-80-хх годов. В эффективности обслуживания клиентов нашли свое отражение в учебной литературе, а также в деятельности кредитных учреждений. Публикации о банковском деле и предложений со стороны банковского сектора на возрастающие потребности клиентов в высококачественном обслуживании в условиях рыночных реформ в России вначале были представлены в виде газетных и журнальных статей. С 1990-х годов появились монографии. В работах О. В. Грядовой, Н.Н. Варакиной, ВВ. Пятенко, ВТ. Севрук, В.М. Усоскина, Э.А. Уткина, Е.Б. Ширинской, выделены разделы, посвященные способам и методам обслуживания клиентов. Тем не менее, в современной экономической литературе при всем многообразии мнений, относительно перспектив методов и форм обслуживания клиентов рассматриваются лишь отдельные аспекты, характерные для части клиентской базы. Данная тема остается новой и не получила полного и систематического научно-практического обобщения в отечественной экономической литературе.

Поставленные цель и задачи исследования. Цель диссертационной работы заключается в теоретическом изучении и практическом анализе системы понятий, позволяющих дать многостороннее описание процесса банковского обслуживания, при условии персонифицированного подхода к потребностям клиента, на основе комплексного обслуживания, исследовании объективных основ, механизма осуществления данного процесса, выработке научно-обоснованных рекомендаций и мер по повышению конкурентоспособности и устойчивости коммерческих банков путем создания и анализа поэтапной схемы реализации клиентского проекта, посредством обслуживающего банка, как формы долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества на современном этапе в условиях переоценки приоритетов в процессе банковской деятельности, исходя из целей, определены конкретные задачи исследования: исследовать основные направления развития банковской системы на современном этапе; определить место и роль клиентских проектов в деятельности коммерческих банков; раскрыть содержание и систематизировать понятия банковского продукта и его качественных характеристик, а также определить возможность и условия его продвижения на рынок банковских услуг для расширения интеграционных процессов и перспективы долгосрочного сотрудничества при обслуживании клиента; определить и проанализировать задачи и интересы контрагентов банковских операций как факторов, определяющих дальнейшее развитие взаимовыгодного сотрудничества; разработать структуру реализации клиентского проекта, как формы перспективного долгосрочного сотрудничества банка и клиента; обосновать методы оптимизации деятельности коммерческого банка в области увеличения количества предлагаемых услуг путем поэтапной схемы развития интеграционных процессов банка и клиента; определить проблемы и перспективы, а также подкорректировать само понятие комплексного обслуживания клиента в условиях усиления конкуренции; обосновать необходимость оказания дополнительных услуг в процессе оптимизации взаимодействия контрагентов банковских операций; разработать рекомендации, направления, пути внедрения и развития совершенствования организации банковского обслуживания; определить пути и факторы повышения устойчивости и конкурентоспособности коммерческого банка на перспективу.

Объектом исследования в диссертации является сфера отношений коммерческого банка с различными субъектами и институтами экономической системы, возникающих в процессе выполнения коммерческими банками своих функций.

Предметом исследования является банковская деятельность с учетом усиления интеграционных процессов на взаимовыгодной основе при обслуживании клиента и ее влияние на повышение конкурентоспособности коммерческих банков.

Методологические и теоретические основы исследования. Исследование основано на принципах диалектической логики и системного подхода. В процессе исследования использовались следующие приемы и методы: балансовый, классификации, группировки и сравнения, ранжирования, экспертных оценок, статистических расчетов различных финансовых показателей, факторный анализ. В совокупности, использованные в диссертации методы исследований позволили обеспечить достоверность экономического анализа и обоснованность выводов.

При написании диссертации использовались научные труды ведущих экономистов в области экономики, финансов, банковского дела. В их числе работы российских авторов разных школ и направлений в области экономики и банковского дела: Л.П. Афанасьевой, И.Т. Балабанова, М.З. Бора, Г.Н. Белоглазовой, Э.Н. Василишена, О.В. Грядовой, А.Е. Дворецкой, Е.Ф. Жукова, А.Г. Куликова, О.И. Лаврушина, ЛЯ. Маршавиной, Ю.И. Коробова, Л.Н. Красавиной, ГС. Пановой, В.А. Пономарева, А.Ю. Симановского, В.А. Слепова, В.М. Усоскина, Е.Б. Ширинской и другие. Проблемы развития долгосрочных отношений с клиентом, как условия эффективной деятельности коммерческого банка, акцентирования внимания на потребностях клиента и смещения приоритетов в сторону персонификации клиентской базы при осуществлении банковского обслуживания, а также отличного от современного российского представления о банках, позиционирования банка в качестве партнера по отношению к клиенту, способствующему развитию бизнеса самого клиента и, как следствие, расширению границ взаимодействия с обслуживающим банком, затронуты в трудах многих западных экономистов, таких известных авторов, как Дж.Ф.Синки, Ж.Матука, А.Раппопорта, П.Роуза, Д. и Дж.Кэммпбеллов, Д.Кинна, Ф.Баретта.

Эмпирическую основу исследовательской базы составили: законодательные акты Российской Федерации и ведомственные нормативные акты Банка России, Министерства финансов РФ, Министерства Российской Федерации по налогам и сборам;

- аналитические документы (справки, доклады) федеральных органов власти РФ, международных организаций (МВФ, Всемирного банка, ЕС);

материалы Интернет-страниц российских и зарубежных банков, а также их представительств в РФ.

В работе использованы статистические материалы Банка России, российских и международных фондов и институтов и других информационных служб; балансы и пресс-релизы коммерческих банков России; доклады, экономические публикации, документы, монографии, статьи и материалы, опубликованные в российской и зарубежной периодической печати.

Наиболее существенные результаты научного исследования заключаются в следующем:

дана новая интерпретация экономических понятий банковского продукта (совокупность соответствующим образом структурированных банковских услуг (технологически замкнутая цепочка услуг, которая позволяет решать какую-либо глобальную, стратегическую задачу);

-банковская услуга (совокупность соответствующим образом

структурированных банковских операций (совокупность банковских

транзакций, позволяющая проводить разовое или постоянное обслуживание клиента) и банковская операция единичная банковская транзакция, без проведения которой невозможно осуществить предоставление банковской услуги;

на основе анализа динамики развития рынка банковских услуг России приведены основные виды и формы взаимодействия клиентоориентированного банка и клиента и определена роль подобного подхода к банковскому обслуживанию на современном этапе развития банковской системы России; классифицированы цели и задачи контрагентов банковских операций как базовые факторы интеграционных процессов при осуществлении банковского обслуживания; обоснована необходимость сегментированного подхода к клиентской базе и определены качественные и количественные показатели при определении приоритетного клиента; определены понятия ожидания банка и клиента в процессе взаимодействия, в зависимости от сегментной принадлежности по количественному признаку; разработана и предложена классификация услуг персональных менеджеров, ответственных за развитие отношений с клиентами, как неотъемлемое условие развития долгосрочных отношений; обоснована необходимость интеграции интересов клиента и обслуживающего банка уже на начальном этапе развития взаимоотношений в процессе банковского обслуживания; разработана организационно-экономическая модель долгосрочного взаимодействия банка и клиента в рамках рынка банковских услуг, основанного на поэтапной схеме реализации клиентского проекта, как формы качественного нового уровня отношений клиента и обслуживающего банка; - разработана схема оптимизации расчетов клиента с контрагентами, посредством использования депозитных операций банком, направленная не только на получение дохода от проведения данной операции, но и призванная декларативно свидетельствовать о готовности банка к персонифицированному подходу к потребностям клиента; разработан комплекс методических рекомендаций по углубленному взаимодействию банковского института с хозяйствующим субъектом путем оказания дополнительных услуг, предоставляемых в процессе оптимизации интересов контрагентов банковских операций при реализации поэтапной схемы клиентского проекта; введено понятие "стратегическое партнерство", основанное не на декларативном характере, отражающим пожелания сторон, но характеризующее качественно новые отношения клиента и банка, исходя из принципов партнерства на взаимовыгодной основе.

Научная новизна проведенного исследования заключается в следующем: уточнено понятие комплексности обслуживания, которое обычно рассматривается с точки зрения возможной формы обслуживания крупных клиентов. Автор определяет комплексность обслуживания как перспективную форму взаимоотношений клиента и обслуживающего банка, но исходя из принципов партнерских отношений, а значит и внедрение комплексности как совокупности предлагаемых услуг в зависимости от потребностей клиента, возможно и на начальном этапе процесса банковского обслуживания клиента; приведена развернутая структура взаимоотношений клиента и обслуживающего банка на долгосрочной основе, основываясь на поэтапном переходе от одной стадии взаимоотношений к последующей, характеризующейся степенью интеграции интересов контрагентов банковских операций; на основе комплексного системного подхода проанализированы формы и виды банковских услуг и определены основные проблемы и перспективы их развития, которые состоят в развитии качественно нового подхода к взаимоотношениям банка и клиента на основе обоюдовыгодного партнерства в процессе комплексного обслуживания; рассмотрены цели и задачи контрагентов банковских операций как базовых факторов при определении стратегии развития отношений на долгосрочной основе; определена необходимость и востребованность индивидуального подхода с перспективой долгосрочных отношений клиента и обслуживающего банка по причине возрастающей конкуренции на рынке банковских услуг и усиления требований органов надзора; обоснована необходимость применения предлагаемой автором методики поэтапного перехода степени интеграционных процессов при банковском обслуживании, заключающаяся в оптимизации интересов контрагентов банковских операций; определены факторы как стимулирующие, так и сдерживающие развитие комплексного обслуживания клиентов; предложен комплекс дополнительных услуг, предоставляемых в процессе реализации схемы клиентского проекта, призванный не только увеличить количество услуг, а соответственно и увеличить чистый доход, но и минимизировать риски, связанные с расширением спектра предлагаемых услуг.

Теоретическое значение результатов состоит в раскрытии понимания необходимости перехода на качественно новый уровень взаимоотношений клиента с обслуживающим банком, корректировки понятия комплексное обслуживание, введения понятия стратегическое партнерство, как перспективной формы развития взаимоотношений клиента с банком. Вкладом автора в теорию персонифицированного подхода в процессе обслуживания клиентов также является предложенная поэтапная схема реализации

клиентского проекта, призванная сформировать в представлении клиента образ банка как неотъемлемой части его (клиента) хозяйственной деятельности не только на уровне проведения расчетов и пополнения средств за счет кредитных ресурсов, но и как наиболее эффективного партнера, способного посредством банковского инструментария увеличивать доходы от деятельности хозяйствующего субъекта не только на этапе размещения временно свободных денежных средств, но и на этапе реализации планируемых проектов. Основные положения диссертации могут быть использованы в дальнейших исследованиях по проблемам обслуживания клиентской базы.

Практическая значимость заключается в том, что выводы и предложения, содержащиеся в диссертационной работе, могут быть использованы для совершенствования деятельности российских банков и предприятий в направлении более тесного взаимовыгодного сотрудничества; для дальнейшего изучения проблем, связанных с понятием индивидуального обслуживания клиентов, а также в учебном процессе Вузов по дисциплинам "Банковское дело", "Банковский менеджмент", "Банковский маркетинг", а также различных специальных дисциплин.

Практическую значимость имеют: сформулированные предложения по оптимизации расчетов клиента с контрагентами в процессе выбранной стратегии персонифицированного подхода к потребностям различных сегментов клиентской базы; разработанная модель качественно нового подхода к взаимоотношениям обслуживающего банка и клиента на основе поэтапной схемы реализации клиентского проекта, как условия интеграции интересов банка и клиента на основе партнерских отношений, рекомендации по предоставлению дополнительных услуг на начальном этапе развития отношений банка и клиента, заключающиеся в необходимости развития и предоставления консалтинговых услуг, в первую очередь финансового консалтинга, вовлечения банковской структуры в процесс принятия решения о целесообразности проведения сделки на самой первой стадии предполагаемого проекта, что, несомненно, позитивно скажется на интеграционных процессах эффективного сотрудничества банка и клиента, и будет являться необходимым условием возможности минимизации рисков банка, связанных с возможным финансированием клиента.

Апробация работы и использование результатов. Предложенная поэтапная схема реализации клиентского проекта, а также рекомендации по формированию полного комплекса банковских услуг прошли апробацию и используются в практической деятельности ОАО "Банк "Санкт-Петербург", ОАО "Международный банк Санкт-Петербурга" и Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. Выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертации, явились основой для доклада на конференции "Виттевские чтения" проведенной Московским Банковским институтом в 2001 году, а также используются при чтении лекций и семинарских занятий по учебным дисциплинам "Банковское дело", "Банковский менеджмент", "Банковский маркетинг" в Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова и Московском банковском институте.

Публикации. Основные положения диссертации отражены в опубликованных работах общим объемом 1,5 п.л.

Структура и объем работы. Поставленные задачи определили логику исследования и структуру диссертации, включающую введение, основное содержание из трех глав, заключение, список использованной литературы и приложения.

## Понятие и характеристики банка, как участника кредитного рынка

Коммерческий банк представляет собой неотъемлемую черту современного денежного хозяйствования и является активным элементом рыночной экономики. Основное назначение банка как единицы финансового рынка состоит в аккумулировании и перераспределении денежных средств.

Коммерческим банкам предоставлена возможность привлечения средств как юридических, так и физических лиц и размещения этих средств от своего имени на условиях платности, возвратности и срочности.

На основании этого можно сформулировать основную функцию банков -это посредничество между субъектами финансового рынка, одни из которых готовы разместить свободные денежные средства (кредиторы), а другие нуждаются в них и готовы воспользоваться этой возможностью (заемщики).

Потребность в кредитных ресурсах предопределена в национальной экономике, в широком смысле слова, наличием товарно-денежных отношений. Кроме того, существуют специфические причины функционирования кредитных отношений. Они обусловлены необходимостью обеспечения непрерывности процесса воспроизводства, бесперебойности кругооборота фондов на предприятиях различных форм собственности.

В ходе кругооборота основного и оборотного капитала, с одной стороны, происходит высвобождение его в денежной форме, а с другой - возникает временная потребность в дополнительных денежных средствах на производственные и социальные нужды. Для разрешения данного противоречия используется кредит. Следовательно, его экономической основой, условием возникновения, является движение капитала предприятий, акционерных обществ, частных фирм и т.д.

Оборот основных и оборотных средств предприятий характеризуется постоянной сменой денежной и натуральной форм. Фонды предприятий в процессе их движения поочередно принимают форму денежных средств, производственных запасов, незавершенного производства, готовой продукции, товаров отгруженных и снова - свою первоначальную, т.е. денежную форму.

Наряду с этим у предприятий возникает потребность привлечения средств на более длительный срок для авансирования кругооборота основного капитала. Это вызвано, в основном, разрывом во времени между накоплением средств на капитальные вложения и их использованием для покрытия затрат, связанных со строительством, реконструкцией, расширением производства.

Основную роль банков, как участников кредитного рынка, можно определить в функции финансового посредника при совершении операций между кредиторами - участниками, располагающими такими средствами и создающими предложения по их размещению и заемщиками, участниками кредитного рынка, нуждающихся, и создающих, в свою очередь, шкалу спроса на кредитные ресурсы.

## Этапы построения рынка банковских услуг в России

Коммерческие банки являются универсальным институтом по

предложению комплекса деловых услуг, которые охватывают на только традиционные кредитно-депозитные операции , но и распространяются на удовлетворение потребностей клиентов в консалтинге, инвестировании, лизинге, трасте и др. Банковская услуга сегодня существенно перерастает рамки исключительно финансовой сферы, хотя всегда косвенно носит финансовый характер и направлена на оптимизацию финансовых результатов от хозяйственной деятельности.

Четкое определение таким понятиям как «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция» дать сложно из-за разности трактования этих понятий. В соответствии с Маслеченковым Ю.С. Технология и организация работы банка. [8,106].

Банковская услуга - итог производительной деятельности сотрудников банка по удовлетворению потребностей его клиента.

Банковская операция - упорядоченная и логически завершенная совокупность действий сотрудников банка по обслуживанию клиентов и собственных нужд банка.

Часто понятие «банковский продукт» и «банковская услуга» отождествляют. Необходимость четкого определения и структурирования весьма условна и нужна лишь для исключения путаницы в процессе презентации нового «продукта» или «услуги» клиенту. Исходя из ведения внутрибанковской документации, услугу можно квалифицировать как банковский продукт, т.к. услуга описывается положением. Оказание услуги может соответствовать одной операции, а может включать в себя несколько взаимосвязанных операций.

Существует еще несколько трактований определения «банковский продукт» и «банковская услуга». Банковский продукт представляет комплекс услуг банка по активным, пассивным и посредническим операциям. Банковский продукт - это конкретный банковский документ, который производится банком для обслуживания клиента и проведения операций. Банковская услуга же представляет собой операции по обслуживанию клиента. Банковская услуга -профессиональный интеллектуальный продукт, созданный на основе маркетинговых исследований потребностей рынка с целью реализации его на рынке и извлечении прибыли. [9,20]. В многообразии определений можно провести параллель об извечном споре: «что было раньше курица или яйцо», другими словами продукт предполагает создание услуг, его реализующих или разработанная и реализованная услуга, а может комплекс услуг, рождают продукт. На основе вышеизложенного автор предлагает свое видение в определении продукта и услуги.

Банковский продукт - это совокупность соответствующим образом структурированных банковских услуг (технологически замкнутая цепочка услуг, которая позволяет решать какую-либо глобальную, стратегическую задачу).

Банковская услуга - это, в свою очередь, совокупность соответствующим образом структурированных банковских операций (совокупность банковских транзакций, позволяющая проводить разовое или постоянное обслуживание клиента)

Банковская операция - это единичная банковская транзакция, без проведения которой невозможно осуществить предоставление банковской услуги.

Например, банковский продукт - пластиковая карта; банковская услуга -снятие наличных в банкомате; банковская операция - взаиморасчеты.

В любом случае, какую характеристику или определение ни давать, направлены они на одно и то же, а именно привлечение клиентов и улучшение обслуживания уже существующих клиентов посредством предложения новых услуг и улучшения их качественных характеристик. Существует два основных подхода при разработке и продвижению банковских продуктов на рынок -системный и индивидуальный. Первый - ряд очень дорогостоящих мероприятий по всестороннему мониторингу рынка с целью предложения первыми такого продукта, потребность в котором еще не сформировалась у потребителя, но необходимость в продукте такого рода что называется «висит в воздухе». Далее следует его внедрение и мощная рекламная кампания по его продвижению на рынок. Этот подход очень хорош для банков ориентированных на постоянное увеличение клиентской базы и располагающим достаточным количеством средств (порой речь идет о миллионах долларов) для разработки и дальнейшего продвижения на рынок продукта таким способом. Еще одним фактором, препятствующим использование этого метода большинством банков, является цикличность необходимости проведения мероприятий по поиску новых продуктов. Иными словами спрос на разные виды услуг постоянно меняется и увеличивается в количественных показателях. Другой метод разработки продукта -индивидуальный, характеризуется, как правило, улучшением качественных характеристик уже существующего продукта на основе изучения потенциального спроса уже существующих клиентов. Этот метод не рассчитан на привлечение широкой массы новых клиентов, но является вполне жизнеспособным для средних банков, позиционирующих себя в 5-7 основных направления деятельности.

## Оптимизация взаимодействия банка и клиента на начальном этапе формирования спроса на предоставляемые услуги

Проведенный анализ рынка банковских услуг, позволяет сделать вывод о сохранении приоритетных направлениях исторически сложившихся банковских услуг. Это, в первую очередь, кредитные операции, операции с валютой и операции на рынке ценных бумаг. На долю этих операций приходятся основные доходы, получаемые банками в процессе ведения профессиональной деятельности. Однако, следует отметить изменение приоритетов при проведении банками вышеозначенных услуг, с точки зрения получения доходов, в сторону кредитных операций. В 2001 году процентный доход по кредитным операциям превысил доход, получаемый банками при проведении операций на фондовом рынке, а также при осуществлении деятельности по куле-продаже валюты. Эта положительная тенденция дает возможность предполагать дальнейшее развитие кредитного рынка, что положительным образом сказывается на развитии реального сектора экономики - основного потребителя кредитных ресурсов. Однако нельзя не отметить крайне низкий интерес со стороны банков к финансовым услугам, в числе которых лизинг, факторинг, трастовые операции. Их доля в совокупном объеме, проводимых банками операций, составляет всего 0.2 %, что, несомненно, вызывает обеспокоенность в перспективах развития этого сегмента рынка банковских услуг, нуждающегося в развитии.

Еще одно опасение вызывает недостаточное участие банков в качестве финансового консультанта при взаимоотношениях с клиентами.

Необходимость вовлечения банковских структур в процесс реализации клиентских проектов на начальном этапе вполне обоснована и продиктована, в первую очередь, наличием необходимого банковского инструментария, способного упростить и удешевить задачу разработки проекта, а также возможностью участия и косвенного контроля за развитием предпринимательского интереса в конкретной области.

Реализация клиентских проектов, как правило, связана напрямую с необходимостью финансирования (частичного или полного) со стороны кредитных организаций. Исходя из сложившейся необходимости, вовлечение банка в процесс реализации клиентского проекта на начальном этапе - это не только совокупность дополнительных услуг, оказываемых клиенту, но и косвенный контроль за ходом и развитием самого проекта.

Консультирование по различным вопросам, включая, и финансовое консультирование, именно на начальном этапе, может способствовать минимизации рисков при разработке конкретного бизнес-проекта и, как следствие, минимизировать кредитный риск по определенному клиенту для самого банка. В условиях постоянного усложнения технологий финансового менеджмента, маркетинга, бухгалтерского учета и невозможности содержания в штате высококвалифицированных специалистов в этих областях, потребность в консалтинговых услугах со стороны предприятий увеличивается, что дает возможность более тесного сотрудничества обслуживающего банка и клиента, а также расширяет границы получаемой банками информации, относительно потенциального развития клиентской базы.

Проведенный автором анализ рынка банковских услуг дает возможность сделать вывод о недостаточном внимании, оказываемом банками, в сфере предоставления финансовых услуг, а так же, как следствие, недостаточном участии банков на начальном этапе реализации клиентских проектов в качестве финансового консультанта и разработчика различных схем оптимизации расчетов клиента с контрагентами.

Под взаимодействием банка и клиента на начальном этапе формирования спроса на предлагаемые банком услуги, наверное, следует понимать и сделать акцент на том факте, что в данном случае речь идет о взаимодействии с уже существующим клиентом, а не перспективы в отношении потенциального. Т.е. работа с состоявшимся клиентом банка по его удержанию, путем оптимизации взаимодействия, а не способы привлечения новых клиентов.