

12. Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / [П.Т.Саблук, М.І. Кісіль, М.Ю.Коденська та ін.]; за ред. Кісіля М.І. і Коденської М.Ю. – К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2005. – 478 с.
15. *Кісіль М.І.* Оцінка інвестиційної привабливості аграрних підприємств // Економічний довідник аграрника / [М.І. Кісіль, К.А. Приб, М.В. Нетеса]; за ред. Ю.Я.Лузана, П.Т.Саблука. – К.: “Преса України”, 2003. – С. 212–225.
16. Методичні рекомендації з розробки регіональних інвестиційних програм в агропромисловому комплексі / [М.І. Кісіль, М.В.Нетеса, М.Ю.Коденська та ін.]. – К.: Мінагрополітики України, ІАЕ УААН, 2001. – 52 с.
17. Панорама інвестиційної привабливості АПК України / [М.І. Кісіль, Т.В. Мацибора, С.П. Івашук та ін.]; пер. з англ. Мелколм Андервуд. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011. – 122 с.

Стаття надійшла до редакції 23.05.2014 р.

*

УДК 336.77:330.341.1:332.2

*Г.В. КОРНІЙЧУК, кандидат економічних наук
Інститут кормів та сільського господарства Поділля НААН*

Банківський кредитний продукт у системі інвестиційно-інноваційного розвитку агроформувань

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку аграрного ринку вимагає переходу вітчизняних агроформувань на інвестиційно-інноваційну модель діяльності, яка має ряд своєрідних особливостей, що впливають на всі аспекти її ведення і, передусім, на організацію й функціонування системи фінансово-кредитного забезпечення.

На участь кредитних установ в інноваційному процесі підприємств реального сектора економіки суттєво впливає специфіка банківської діяльності як особливої галузі національної економіки. Вона проявляється в істотних відмінностях технології розробки та реалізації банківських послуг. Серед них, найперше, можна виділити особливий механізм їхнього ціноутворення й використання для ведення повноцінної конкурентної боротьби. Зокрема, на ціну банківських продуктів і послуг значною мірою впливають зовнішньоекономічні умови діяльності кредитних організацій, нормативно-правове регулювання, структура ресурсної бази тощо. Тому домінантним напрямом розширення активних банківських операцій та залучення нових клієнтів у сферу діяльності банків є поліпшення якості всього спектра їхніх по-

слуг на основі вдосконалення, розробки й упровадження у діяльність нових кредитних продуктів та банківських технологій у процесі кредитування. Вони орієнтовані як на розширення дохідної бази банків, так і на локалізацію та зниження ризиків банківського кредитування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що інвестиційне кредитування є традиційною банківською операцією, участь вітчизняних банків у фінансуванні інноваційних проєктів агроформувань ще не має широкого застосування. Вагомий внесок у розв'язання цієї проблематики зробили такі відомі вітчизняні вчені, як В. Алексійчук [1], Н. Ботвина [2], О. Гудзь [4], М. Дем'яненко [5], О. Мороз [7], П. Стецюк [12], О. Непочатенко [8], О. Олійник [9], П. Саблук [11]. Результати їхнього наукового доробку мають велике значення для розвитку теорії з банківського кредитування аграрної галузі економіки. Проте подальшого вивчення потребують методологічні засади, спрямовані на визначення місця й ролі нових банківських кредитних продуктів як дієвих фінансових важелів у забезпеченні інвестиційно-інноваційного розвитку агроформувань.

© Г.В. Корнійчук, 2014

Мета статті – дослідження та обґрунтування використання банківських кредитних продуктів як одних із важливих фінансових інструментів забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку агроформувань.

Виклад основних результатів дослідження. Для наукового обґрунтування пропозицій у цій сфері існує необхідність розгляду окремих питань, пов'язаних із науковою і методичною базою розробки й запровадження у практику банківського кредитування нових кредитних продуктів у сфері інвестиційно-інноваційного довготривалого розвитку вітчизняних агроформувань.

Аналіз літературних джерел показав, що серед науковців існують певні розбіжності при визначенні економічного змісту такого поняття, як «банківський продукт». При цьому питання ускладнюється також тим, що існують споріднені поняття як, наприклад, «банківський товар», «банківська послуга», «банківська операція», що досить широко використовуються і в науковій економічній літературі, й у лексиконі банківських працівників.

Кредит проявляє свої економічні властивості у ході кредитування. Як певні економічні відносини між кредитором і позичальником він реалізується у процесі надання специфічної послуги. Під «банківською послугою» розуміють діяльність банку, спрямовану на задоволення потреби клієнтів у прирості джерел фінансових ресурсів, одержання їх додаткових обсягів, проведенні розрахункових операцій, акумулюванні коштів та інформаційному забезпеченні у фінансовій сфері» [6, с. 65].

Прагматичне завдання зростання обсягу доходу за рахунок збільшення клієнтів і попиту на кредитні ресурси реалізується шляхом формуванням відокремленого комплексу (сукупності) банківських послуг.

Однак таке розуміння поділяють не всі науковці. Серед них є такі, що дотримуються позиції, згідно з якою поняття «банківська послуга» та «банківський продукт» є словами-синонімами: банківський продукт – це комплекс послуг за активними й пасивними операціями, а під банківською послугою розуміють продукт, який задовольняє потреби клієнта [14].

Усі банківські продукти структурують на два рівні – базовий та розширений. Базовий – включає стандартизований набір традиційних банківських операцій і послуг, серед яких розрахунково-касове обслуговування, депозитні операції, зберігання дорогоцінних металів, карткове обслуговування, послуги по кредитуванню тощо.

Розширений асортимент банківських продуктів формується з економічним розвитком банку взагалі й розвитком його інноваційної діяльності зокрема. Він включає нові види банківських послуг та операцій або нову технологію поєднання і здійснення вже існуючих. Мета такого процесу – розширення клієнтської бази на основі поліпшення якості обслуговування, збільшення стандартного пакета послуг та перехід на комплексне обслуговування клієнтів.

Багато дослідників із новими фінансовими продуктами й послугами пов'язують банківську інноваційну діяльність, результатом якої і є генерування таких продуктів та послуг, тобто фінансовим інноваціям відводять роль джерела появи нових банківських продуктів. Так, С.В. Викулов зазначає, що фінансова інновація банку – це «...створення банківського продукту, який має привабливіші споживчі властивості порівняно із пропонованим раніше, або якісно нового продукту, здатного задовольнити не охоплені раніше потреби його потенційного покупця, або використання досконалішої технології створення того ж банківського продукту» [3, с. 79].

Ринкові умови господарювання сприяють пошуку нових видів банківських фінансових інструментів, що забезпечують одержання додаткових фінансових ресурсів.

Колектив російських науковців фінансово-кредитну інновацію трактує як «новий фінансовий продукт або інструмент», акцентуючи при цьому увагу на тому, що «завдяки саме такому підходу у банківській справі виникли й закріпилися такі явища, як похідні цінні папери та сек'юритизація активів, що одержали з останньої чверті ХХ ст. бурхливий розвиток в усіх сегментах фінансового ринку» [10].

Вважаємо, що інноваційна суть кредитних продуктів банків повинна виражатися саме в

ініціації інноваційних потреб аграрного й інших секторів вітчизняної економіки. При цьому їх, передусім, слід спрямовувати на оновлення основних засобів виробництва, створення та впровадження у виробництво передової сільськогосподарської техніки і технологій, випуску імпортозамінної та конкурентоспроможної на вітчизняному й світовому ринках продукції. Тут чіткі орієнтири для банків повинна визначати держава у програмно-нормативних документах.

Інноваційна суть кредитних продуктів банків також має полягати в ініціації фінансових і технологічних інновацій кредитного й фінансового ринків, оскільки ринок банківських кредитів є їхнім провідним та основним сегментом.

Створення і просування кредитних продуктів за допомогою надання послуги має подвійну природу, тобто розвивається з урахуванням зовнішнього середовища (під впливом грошово-кредитної політики НБУ) й одночасно визначається стратегією і тактикою самого банку. Така подвійна природа вимагає врахування внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на діяльність банку.

Не завжди кредитний продукт знаходить свого споживача. У зв'язку з цим відбувається відмова як від самого кредитного продукту, так і від послуг, що його формують. Клієнти-позичальники відмовляються від них через не вигідні умови, які пропонує банк для свого продукту. Серед суттєвих причин відмови від кредитних продуктів нині можна виділити високі процентні ставки, короткий термін надання кредиту, незручний термін та графік погашення кредиту, підвищені вимоги щодо забезпечення кредиту.

Банки відмовляють клієнтам у кредитуванні при їх зверненні через незадовільний фінансово-економічний стан позичальника й невідповідність останнього кредитній політиці банку. Ще однією причиною такої відмови може бути некомпетентність банківського працівника, що розглядає кредитну заявку.

З метою поліпшення якості надання власних кредитних послуг банк повинен чітко

уявляти цілі звернення споживачів за кредитом для правильного підбору кредитного інструментарію.

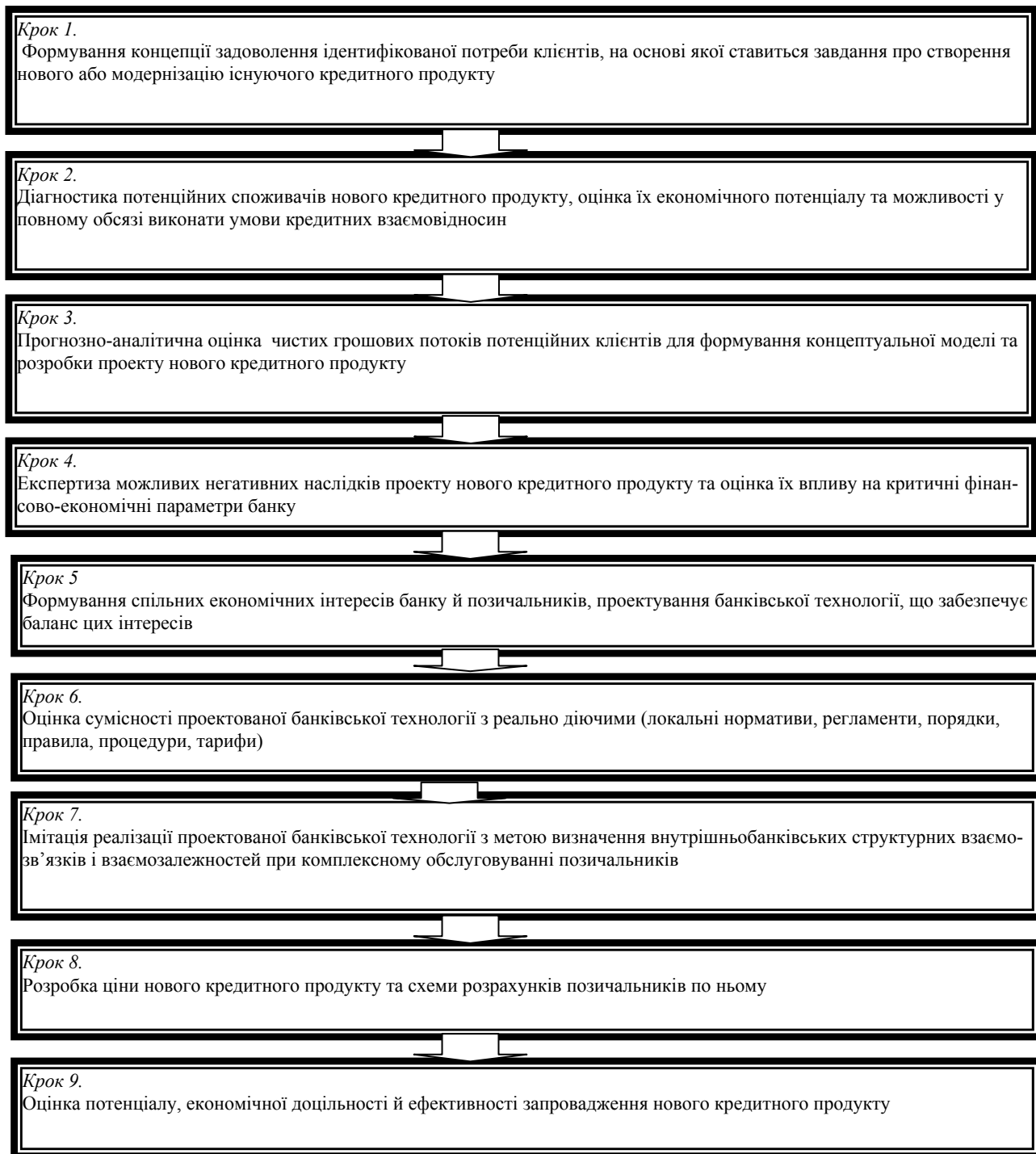
Дослідження показують, що банку треба створити саме такий кредитний продукт, який відрізняється від конкурентних своєю унікальністю та має відповідні якісні характеристики в елементах просування на ринок. Для цього потрібно застосовувати відповідні методичні підходи до розробки нового банківського кредитного продукту, згідно з якими поступово реалізуються всі етапи його створення (рис.).

Розширення асортименту банківських кредитних продуктів сприяє утриманню «старих» і залученню «нових» клієнтів, а також росту обсягу кредитних послуг. При цьому кожен банк повинен повною мірою враховувати, що його клієнтура не буває чимось єдиним, усередненим, а складається з безлічі різномірних сегментів та підсегментів, для яких потрібний свій підхід. Найбільший інтерес для підприємств реального сектора економіки має саме набір супутніх послуг і переваг, які забезпечують кредиту конкретному банку унікальність [13, с. 188].

Весь спектр економічних відносин між позичальником і банком-кредитором формується на основі пропозиції останнім певних видів банківських продуктів, що задовольняють відповідні потреби клієнтів.

Проте найбільший ефект у сфері просування кредитного продукту на ринок мають пільги, які надає банк своїм позичальникам при реалізації кредитного продукту, що, як правило, стимулює повторне кредитування клієнтів.

Для досягнення ефекту унікальності й конкурентоспроможності банку потрібне застосування в структурі кредитного продукту інформаційних технологій, а саме засобів Інтернет. Розвиток інтернету дає змогу банкам вже нині організовувати єдину філіальну мережу, що підвищує оперативність обміну інформацією між усіма співробітниками, полегшує встановлення зворотних зв'язків, уможливорює персоналу вести спільну роботу незалежно від місцезнаходження.



Методичні підходи до розробки нового банківського продукту

Оптимізація клієнтської бази банку передбачає послідовне розв'язання таких завдань, як індивідуальний підхід до кожного споживача кредитних послуг, спрощення процедур розгляду кредитної заявки та періоду одержання кредитних ресурсів, робота з новими клієнтами банку і створення привабливих умов для подальшого кредитування клієнтів.

Найпопулярнішим видом банківських кредитних продуктів у пострадянських краї-

нах є кредитні лінії (25% від загальної кількості позичальників). Слід зазначити, що широко використовується у фінансуванні інвестиційно-інноваційної діяльності проектне фінансування (2-3%), лізинг (3-5% усіх клієнтів), факторинг (0,3-0,5%), іпотечне кредитування (2-5%) та гарантії (поручительства) клієнтам банків (5-6%).

За цими даними можна зробити висновок, що ступінь затребуваності кредитних продуктів банків досить низький і не відповідає

реальним інвестиційним потребам клієнтів. Крім того, є підстави констатувати про низький рівень якості й надійності кредитних продуктів як незабезпечених безперервністю платіжного обігу та стійкістю фінансово-економічного становища клієнтів банків.

Наведена структура уподобань клієнтів банку щодо вибору конкретного виду кредитних продуктів при фінансуванні інвестиційної діяльності показує, що вони віддають перевагу кредитній лінії.

Інвестиційне кредитування інноваційних проектів є однією з найскладніших і ризикованіших операцій комерційних банків. Це зумовлює необхідність пошуку нових форм взаємодії банку з позичальником у процесі фінансового забезпечення інноваційної діяльності агроформувань. Враховуючи це, а також результати проведеного аналізу, ми дійшли висновку, що перспективним напрямом у вирішенні цього питання є запровадження у практику кредитних взаємовідносин між банками й агроформуваннями при фінансуванні їх інвестиційно-інноваційного розвитку такого банківського продукту, як кредитна лінія.

Із погляду організації та адміністрування процесу кредитування кредитна лінія виглядає лише як технічна схема оформлення взаємовідносин банку з позичальником. За функціональними ознаками вона може мати різне цільове призначення: від фінансування невідкладних виробничих потреб на поповнення оборотних активів до фінансування великих програм позичальників щодо їх інвестиційно-інноваційного розвитку.

Висновки. У сучасних економічних умовах важливе значення для розвитку підприємств і підвищення їх конкурентоспроможності мають питання впровадження інновацій та ведення інноваційної діяльності. Розвиток інновацій в аграрному секторі економіки вимагає значної ресурсної підтримки і, зокрема, з боку банківського сектора. З початку ринкових реформ вітчизняною специфікою завжди було й залишається домінування ринку банківських кредитів як основного сегмента фінансового та кредитного ринків. Така особливість фінансової інфраструктури й зумовлює пріоритетну роль банків у інвестиційно-інноваційному розвитку агроформувань.

На жаль, існуючі нині кредитні продукти банків не є для агроформувань гнучким і надійним джерелом залучення фінансових ресурсів. За таких умов вони перестають бути стимулятором та каталізатором їх інвестиційно-інноваційного розвитку, а також не ініціюють нові фінансові потреби. При такому підході інноваційні перетворення аграрної економіки залишаються досить проблематичними.

Використання у практиці кредитування агроформувань комерційними банками такого кредитного продукту, як кредитна лінія сприятиме збільшенню обсягів інвестиційно-інноваційного кредитування. Поновлювана кредитна лінія сприяє економії на відсотках для позичальника. А банк в свою чергу одержує надійних і стабільних позичальників упродовж тривалого часу.

Список використаних джерел

1. *Алексійчук В.М.* Гроші та кредит в системі відтворення АПК / В.М. Алексійчук. – К.: ІАЕ УААН, 1998. – 384 с.
2. *Ботвіна Н.О.* Управління та оцінка ефективності фінансових інвестицій / Н.О. Ботвіна, Н.А. Турчак // Бізнес-навігатор. – 2009. – №2 (17) – С.88-91.
3. *Викулов В.С.* Инновационная деятельность кредитных организаций / В.С. Викулов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №1. – С.79-89.
4. *Гудзь О.Є.* Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств : моногр. / О.Є. Гудзь – К. : ННЦ, ІАЕ, 2007. – 578 с.
5. *Дем'яненко М.Я.* Фінансові проблеми формування та розвитку аграрного ринку / М.Я. Дем'яненко – К. : ННЦ "ІАЕ", 2007. – 64 с.
6. *Мирецкий А.П.* О сущности банковских услуг и банковских продуктов / А.П. Мирецкий // Вестник СГСЭУ. – 2002. – № 4. – С. 64-70.
7. *Мороз А.М.* Банківські операції : підруч. / А.М. Мороз, М.І. Савлук, М.Ф. Пуховкіна ; за ред. А.М. Мороза. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.:КНЕУ, 2002. – С. 15.
8. *Непочатенко О.О.* Організаційно-економічні механізми кредитування аграрних підприємств : моногр. / О.О. Непочатенко. – Умань: УВПП, 2007. – 456 с.

9. Олійник О.О. Оцінки кредитоспроможності позичальника при довгостроковому банківському кредитуванні / О.О. Олійник // Економіка. Фінанси. Право. – 2007. – № 8. – С. 10–13.
10. Російська банківська енциклопедія / гол. ред. О.І. Лаврушин. – М., 1995. – 600 с.
11. Саблук П.Т. Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / П.Т. Саблук, М.І. Кісіль, М.Ю. Коденська, М.В. Нетеса, Р.П. Саблук. – К.: ННЦ, ІАЕ, 2005. – 478 с.
12. Стецюк П.А. Трансформація матриці банківського кредитування сільськогосподарських підприємств / П.А. Стецюк, О.Є. Гудзь, А.В. Войтюк // Економіка АПК. – 2013. – № 12. – С. 49–55.
13. Шмігельська З.К. Інноваційні ресурси економічного зростання / З.К. Шмігельська // Регіональна економіка. – 2010. – № 2. – С. 186–190.
14. Яцевич А.В. Возможности Интернет для рынка банковских услуг [Электронный ресурс] / А.В. Яцевич. – Режим доступа : http://yas.narod.ru/andy/ib_content.htm.
15. Caveat creditor : a new economic era is dawning // The Economist. – 2009. – № 27. – P. 65.
16. European Innovation Scoreboard 2003. European Commission, 2003. Nov. 2003.
17. Innovation Clusters: Drivers of National Innovation System. – Paris: OECD, 2003. – 235 p.
18. Lord W.A. Household Dynamics. Economic Growth and Policy Oxford University Press. – 2002 – 378 p.
19. Methodological aspects of urban evolution comparative studies / Edward K. Trutnev // Eur. Cities. Growth and Decline.: Int. Res. Conf., The Hagus., Apr. 13-16, 1992: Book Abstr. Amsterdam etc., 2002. – 246 p.
20. World Investment Report 2005. Transnational Corporations and the Internationalization of R&D // www.unctad.org/en/docs/wir2005overview_en.Pdf.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2014 р.

*

УДК 330.14:658.147:631.11

А.В. БОДНАРЧУК, кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Оцінка власного капіталу агроформувань

Постановка проблеми. Економічний розвиток національної господарської системи в цілому та кожного господарюючого суб'єкта зокрема зумовлюють необхідність формування достовірної, повної й об'єктивної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень. На повноту та достовірність інформації у будь-якому підприємстві впливає оцінка.

У діяльності підприємств оцінка є не лише основою встановлення або уточнення результатів діяльності, а і як підґрунтя формування стимулюючих чинників у механізмі здійснення управління щодо використання наявного потенціалу суб'єктів господарювання, тобто визнання його ефективності. Неправильне використання існуючих методів при оцінці власного капіталу сільськогосподарського підприємства може викликати надання інформації, яка не відповідає реальному його стану. Це призводить до того,

що внутрішні користувачі не в змозі правильно оцінити свої можливості, визначити потенціал підприємства та вчасно приймати управлінські рішення щодо пошуку резервів підвищення його ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оцінка як метод визначення вартості об'єктів фінансової звітності в ринкових умовах все більше привертає до себе увагу. Це зумовило появу значної кількості науково-практичних напрацювань, які розкривають сутність різних підходів оцінки, таких як майновий, витратний, дохідний і порівняльний [1; 2; 4; 10].

Кожен із підходів характеризується ще більшою кількістю відповідних методів, що створює додаткові складності при їх практичному застосуванні в сільськогосподарських підприємствах. Серед можливих методів визначення вартості власного капіталу можна розглядати такі [5, с. 127; 12; 15, с.270-281]: капіталізація доходів, дисконтування

© А.В. Боднарчук, 2014