

УДК 336.6

**Корпоративное финансирование и перспективы его развития в
современном коммерческом банке**

*Алымбаева Жылдыз Карабековна
Преподаватель кафедры «банковской деятельности и РЦБ»
НИУ КЭУ им.М. Рыскулбекова
Кыргызская Республика, Бишкек*

*Амангельдиев Данияр Джолдошевич
Соискатель НИУ КЭУ им.М. Рыскулбекова
Кыргызская Республика, Бишкек*

*Alymbaeva Zhyldyz Karabekovna
Lecturer of the Department of Banking and Securities
M. Ryskulbekov Higher School of Economics
Kyrgyz Republic, Bishkek*

*Amangeldiev Daniyar Dzholdosevic
Candidate of the Higher School of Economics named after M. Ryskulbekov
Kyrgyz Republic, Bishkek*

Аннотация: Целью научной статьи выступает исследование характеристики организации процессов кредитования корпоративных клиентов в отечественной и зарубежной практике. Актуальность исследования обусловлена тем, что корпоративное кредитование коммерческих банков является основным источником финансирования предпринимательской деятельности организаций и экономических субъектов. В работе рассмотрены, как теоретико-методологические аспекты кредитования корпоративных клиентов, так и практические вопросы и актуальные проблемы.

Ключевые слова: корпоративное кредитование, корпоративные кредиты, кредитование корпоративных клиентов, кредитный процесс, организация кредитного процесса, кредитоспособность.

**Corporate financing and prospects for its development in a modern commercial
bank**

Abstract: The purpose of the scientific article is to study the characteristics of the organization of lending processes to corporate clients in domestic and foreign practice. The relevance of the study is due to the fact that corporate lending to commercial banks is the main source of financing the entrepreneurial activities of organizations and economic entities. The work examines both theoretical and methodological aspects of lending to corporate clients, as well as practical issues and current problems.

Key words: corporate lending, corporate loans, lending to corporate clients, credit process, organization of the credit process, creditworthiness.

Современный мир бизнеса непрерывно меняется и развивается, и корпоративные финансы играют ключевую роль в этом процессе. Различные тенденции и инновации в области финансов оказывают влияние на различные аспекты деятельности компаний, от управления активами и пассивами до привлечения финансирования и управления рисками.

Одной из современных тенденций в области корпоративных финансов является переход от традиционных методов финансирования к более инновационным подходам. С развитием технологий и появлением новых финансовых инструментов, компании все больше обращаются к альтернативным источникам финансирования, таким как краудфандинг, криптовалюты, венчурные инвестиции и финансирование через платформы. Эти новые возможности открывают более гибкие и эффективные способы привлечения капитала для развития бизнеса.

Формирование корпоративного сектора является актуальной задачей в условиях современного развития экономики Кыргызской Республики. Изучая производственную деятельность корпораций, можно заметить, как формируются различные финансовые отношения, корпоративные финансы.

В настоящее время управление корпоративными финансами – это одна из наиболее быстро развивающихся областей практической деятельности предприятия, которая предполагает необходимость основательной подготовки во многих сферах [1].

В целом управление корпоративными финансами можно определить, как способы контроля, которые сложились в корпорациях и которые включают в себя мониторинг и управление финансовыми средствами предприятий. Целью данного управления является максимизация прибыли либо же рыночной стоимости корпораций.

Чаще всего понятие «корпоративные финансы» также можно отнести к различным методам, процедурам и механизмам финансовых операций, которые могут использоваться в какой-либо отдельной компании. Основной функцией корпоративных финансов является обеспечение правильного распределения и применения финансовых ресурсов [2].

Учитывая тот факт, что современная экономика меняется каждый день, видоизменяются и финансовые отношения. Корпорации все чаще используют новые методы для привлечения денежных средств, а с помощью цифровизации бизнеса формируются новые способы и технологии управления. Таким образом, актуальным является анализ всех современных технологий, методов и моделей, которые могут быть использованы в процессе управления корпоративными финансами. Если предприятия будут игнорировать данные современные тенденции, они своими действиями создадут угрозы для финансовой устойчивости.

В современных условиях управление корпоративными финансами можно рассмотреть как сложную интегрированную подсистему менеджмента, которая

использует свой методологический инструментарий, берет ориентир на формирование сложных оперативных и стратегических решений, согласует их между собой, защищает финансовые интересы собственников предприятия и т. д. Результативность такого управления создает основу для устойчивого экономического развития всей страны, принимая во внимание тот факт, что именно финансовые результаты предпринимательского сектора – это основной источник для формирования доходов государственного бюджета страны [2].

Мошеннические схемы сказываются на финансовом секторе компании. Наблюдается снижение престижности корпоративного управления со стороны акционеров, которое связано с недостоверностью информации о финансовой отчетности в целях завышения некоторых значений финансовых результатов, для того чтобы создавать спекуляции курса акций и дополнительных выплат премий участникам [3].



Рисунок 1 – Структура системы управления корпоративными финансами [4]

Исходя из вышеизложенного напрашивается элементарный вопрос: Что хочет корпоративный клиент банка?

Текущей работой с банками занимаются, как правило, руководитель казначейства (если это крупная компания) или финансовый директор. Эта их работа распределяется на две части: (1) управление ежедневными операциями и (2) решение вопросов долгосрочной стратегии и управления бизнес-рисками, которые в финансовом аспекте касаются снижения потребности в оборотном

капитале, включая решения по всей внешней цепочке создания стоимости (прежде всего, с поставщиками и покупателями), уменьшения стоимости привлечения средств для финансирования его дефицита, а также управления рисками, связанными с растущей неопределенностью на товарных и валютных рынках.

Если в первой группе задач указанные финансовые руководители компаний стремятся к полностью цифровому и беспроблемному управлению повторяющимися операциями, то во второй группе проблем, в решении которых сложно обойтись без квалифицированных деловых партнеров, компании хотели бы получать советы и сотрудничать с ними по широкому кругу финансовых вопросов.

При этом понимается, что текущие операции могут осуществлять многие банки, требуемого компании уровня, а в части консультаций есть серьезные различия в способности разных банков предлагать удобные и своевременные советы и услуги своим корпоративным клиентам. Но именно эти способности больше всего и ценятся компаниями. В глобальном опросе Ernst & Young 67% финансовых директоров указали, что наиболее ценными для них результатами общения со своим основным банком являются его советы, приносящие им добавленную стоимость, а 50% респондентов отметили важность новых идей и углубленного знания банком соответствующей отрасли.

Корпоративные клиенты не просто ищут экспертизу по конкретному финансовому вопросу, их интересует следующее:

- инновационные идеи, которые имеют отношение к их отрасли и позволяют решать уникальные бизнес-ситуации, глядя на проблему под другим углом зрения;
- интегрированные комплексные решения, которые соединяют все разрозненные направления финансовой деятельности компании, включая операции с банками, поставщиками, покупателями, партнерами и прочими, для выработки целостного подхода;
- персонализированные и инновационные продукты и сервис, которые помогают решать специфические проблемы компании.

Компании полностью понимают, что банки также являются коммерческими организациями, которые стремятся зарабатывать. Однако для компаний не приемлемо, когда банки пытаются убедить корпоративного клиента купить продукты или услуги, которые им не нужны. Вместе с тем, компании готовы отдать банку больше бизнеса, если он сделает конкурентное ценовое предложение по требуемой услуге, или если банк предоставит компании интересную информацию или консультацию. При этом компании, конечно, желают получить указанные услуги «за оптимальную цену, но не хотят довести ценовые дискуссии до ситуации, которая будет не выгодна ни банку, ни компании». Как обычно, это должен быть компромисс между нормой прибыли и массой прибыли: чуть меньше доход банка по конкретной операции, но больший объем операций с клиентом, что позволяет зарабатывать больше массы прибыли на клиенте, а компания перераспределяет свои банковские операции

в пользу такого банка, который наиболее комплексно решает ее проблемы, что позволяет ей генерировать больше прибыли в своем профильном деле.

Для компаний нефинансового сектора экономики управление финансами важная, но не главная задача, которой является производство высоко конкурентного продукта или услуги и завоевание своего места в конкурентной борьбе на соответствующем рынке. С этой точки зрения расходы на управление финансами являются скорее неосновными затратами, размер которых считается целесообразным сократить (60% финансовых директоров крупных компаний в глобальном опросе банка HSBC в 2018 г. сообщили, что они не получали никаких дополнительных ресурсов или были урезаны в средствах в последние два года), и, одновременно, увеличить доходность от управления финансами. Кроме того, финансовая часть деятельности компании должна обеспечить реализацию производственных планов компании.

Именно в этом направлении банки должны сосредоточить свои усилия, чтобы помочь решить нефинансовым компаниям указанные задачи, и, как следствие, заработать на такой кооперации.

Финансовые руководители компаний хотят, чтобы их банк «помогал им расставлять приоритеты, делился передовым опытом и помогал им быть более эффективными» [5]. При этом контекст желаемого компаниями взаимодействия радикально меняется: вместо того, чтобы контактировать только с клиентским менеджером или старшим банкиром, компании хотят организовывать сотрудничество в рамках интегрированных групп банка и компании по соответствующим направлениям работы: IT специалисты банка должны напрямую работать с IT специалистами компании, операторы казначейства — с сотрудниками операционных отделов банка, специалисты по управлению рисками компании — с соответствующими сотрудниками банка [6].

Среди специфических направлений, в которых финансовые руководители компаний ожидают конструктивной помощи от своих банков, наиболее важными являются:

- управление дебиторской задолженностью, ее хеджирование и факторинг;
 - снижение рисков, связанных с поставщиками сырья, материалов и услуг;
 - финансирование цепочки создания стоимости как поставщиков, так и покупателей;
 - управление валютными, процентными и товарными рисками и ликвидностью.
- Приоритетами выбора компаниями банка-партнера являются по данным исследования PwC в 2019 г. (в порядке наибольшей важности):
- фондирование деятельности компании;
 - продуктовые и сервисные возможности банка;
 - стоимость банковских услуг;
 - успешная история взаимоотношений;
 - общая экономическая эффективность для компании [7].

Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что корпоративные клиенты ищут надежного и опытного партнера, способного предоставить удобное банковское обслуживание, а также ответственного бизнес-консультанта, который

проконсультирует их по стратегическим вопросам развития бизнеса и управления финансами и связанными с ними рисками.

Становится очевидным, что без серьезной трансформации внутренних процессов банки не смогут повысить эффективность своей работы, снизить затраты, выполнить требования регуляторов, нейтрализовать агрессию цифровых конкурентов, повысить доходы за счет предложения корпоративным клиентам новых услуг, которые на базе углубленных знаний о компании и отрасли, в которой она работает, направлены на всестороннюю помощь в сфере кредитно-финансового сервиса развитию бизнеса клиента.

Как следствие, банки смогут повысить прибыльность вложенного акционерами капитала, достигнуть и превысить стоимость капитала, и в результате еще больше укрепить свои балансы.

Одновременно банки смогут действовать не хуже, а скорее всего лучше крупных технологических и специализированных финтехкомпаний в части подходов к обслуживанию клиентов, что, вероятно, становится одним из главных направлений конкурентной борьбы, где помимо самого продукта, важны способы и время его донесения до клиента, готовность и способность банка решить актуальные для клиента задачи, а не продажа ему любым путем своих продуктов.

Изменение парадигмы отношений банка с корпоративными клиентами смещает, по мнению автора, фокус как теоретического, так и прикладного анализа деятельности банка с эффективности традиционных банковских продуктов, предлагаемых таким клиентам, на результативность сотрудничества по более широкому кругу услуг, в том числе выходящих за рамки обычно оказываемого сервиса. Распространено мнение, что этот вопрос решает экосистема банка, под которой, однако, представляется, надо понимать не продажу через нее не связанных с банковской деятельностью продуктов (это дает дополнительный комиссионный доход, но не привязывает клиента к банку, поскольку всегда может найтись более конкурентное предложение), а предложение таких услуг, которые освобождают корпоративных клиентов от непрофильной деятельности для решения ими ключевых задач их бизнеса, уменьшая расходы на связанную с управлением собственными финансами работу и расширяя возможности для зарабатывания дополнительных доходов за счет предоставляемой банком интеллектуальной информации по бизнесу клиента. Раньше банки не видели сотрудничество в этом ракурсе с такими клиентами. Теперь это делать целесообразно.

Банки, которые следуют такому подходу, практически становятся неразрывной частью корпоративного клиента, что создает прочную основу для взаимовыгодных долгосрочных отношений, что, в свою очередь, существенно меняет подходы к оценке полезности той или иной активности банка.

Список использованной литературы:

1. Дробот Е.В., Колесников В.В., Макаров И.Н. Государственно-корпоративное партнерство в условиях пандемии COVID-19: африканский опыт // Вестник Академии права и управления. 2021. №3 (64). С.82-87.
2. Бурмистрова О. А., Русяева С. А. Современные технологии в управлении корпоративными финансами // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 4. С. 179-181.
3. Кайгермазова Ф. М., Шевченко И. В. Современные тенденции в управлении корпоративными финансами // Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах: сборник научных трудов 9-й международной научно-практической конференции. 2020. С. 181-183.
4. Попков И. А., Юдина О. В. Основные направленности в управлении корпоративными финансами// Вестник Тульского филиала Финуниверситета. 2021. № 1. С. 52-54.
5. Калининченко Л.Н., Морозенская Е.В. Кластеры в африканской экономике как перспективная модель организации производства // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2021. №2. С.164-175.
6. Павлов В.В., Сапунцов А.Л. Расширение участия стран Африки в международной промышленной кооперации // Экономика, предпринимательство и право. - 2020. - Том 10. - № 12. - С. 3109-3120. - doi: 10.18334/err.10.12.111506.
7. Сапунцов А.Л., Павлов В.В. Диверсификация внешнеэкономических связей России со странами Африки в сфере контрактной внешней торговли и инвестиций // Вопросы инновационной экономики. 2021. №4. С.2079-2094.,
8. Современные тенденции развития корпоративных финансов. Интернет-ресурсы: <https://vc.ru/u/2442402-pavel-morozov/874411-sovremennye-tendencii-razvitiya-korporativnyh-finansov> (дата обращения 08.02.2024)
9. Абрамова И.О., Фитуни Л.Л. Африканский сегмент многополярного мира: динамика геостратегической зависимости // Мировая экономика и международные отношения. - 2018. - № 12. - с. 5-14.
10. Дегтяренко Ю. С., Глотова И. И. Современные тенденции в теории управления корпоративными финансами // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей V международной научно-практической конференции. 2016. С. 42-44.