

## **ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ И МАРКЕТИНГ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

В условиях перехода России к регулируемым рыночным отношениям существенно возрастает роль и значение комплекса маркетинга коммерческого банка и правильный выбор инвестиционной стратегии.

Принимая решение о направлении инвестиций в те или иные отрасли, банк должен провести тщательное исследование результатов деятельности предприятий с целью определения степени участия банка в инвестиционных проектах по этим предприятиям. При этом степень участия самого банка в осуществлении всех инвестиций условно можно разделить на инвестиции прямые и портфельные.

Прямые инвестиции, как правило, предполагают значительную степень привязанности банка к предприятию или инвестиционному проекту, так как имеют своей основной целью кардинальное обновление основных фондов, либо расширение производственных мощностей с целью увеличения объемов производства.

Прямые инвестиции требуют сосредоточения больших объемов финансовых ресурсов на одном инвестиционном проекте и, таким образом, создают высокую концентрацию риска в случае, если предприятие после осуществления финансовых вливаний не начинает приносить прибыль. Однако прямые инвестиции позволяют банку полностью контролировать деятельность предприятия и наладить эффективный механизм распределения выделяемых инвестиционных ресурсов.

Портфельные инвестиции, связанные с владением банком пакетом ценных бумаг предприятий, допускают участие банка в управлении предприятием в объеме приобретенных им ценных бумаг и не обязательно предполагают направление значительных финансовых средств на проведение инвестиционных мероприятий.

Целью банка в данном случае является оптимизация портфеля ценных бумаг, тщательный анализ результатов деятельности предприятий, акции которых банк собирается приобретать или эмитировать при создании, например, дочерних предприятий. Однако и в этом случае банк может в определенный момент времени осуществлять проектное финансирование предприятий, ценными бумагами которых он владеет на правах акционера.

Одним из важнейших направлений инвестиционной стратегии банка является регулирование коммерческим банком своих активно-пассивных

операций. Принятие решения о направлении инвестиций в ту или иную область рынка капиталов является весьма трудоемкой и многоплановой задачей, требующей проведения комплекса маркетинговых исследований.

Решение этой задачи должно осуществляться в несколько этапов:

Во-первых, необходим тщательный анализ макросреды, в которой работает банк, экономической политики правительства и общего состояния экономической конъюнктуры.

Во-вторых, следует проанализировать финансовое состояние широкого круга предприятий — потенциальных участников инвестиционных программ.

В-третьих, необходимо произвести выбор наиболее интересных для банка предприятий с точки зрения долгосрочных перспектив развития.

Анализ макросреды, в которой работает банк, предполагает исследование общей экономической ситуации страны, учет всевозможных факторов, прямо или опосредованно влияющих на рынок инвестиций.

Таковыми факторами являются:

- приоритеты экономической политики государства;
- наличие необходимой законодательной базы;
- существующие и прогнозируемые темпы инфляции;
- состояние товарного рынка и др.

Для проведения широкомасштабной работы по анализу финансового состояния предприятий — потенциальных участников инвестиционных программ и выбору сфер приложения капитала необходимо определить критерии анализа и отбора предприятий для участия в инвестиционных программах банка.

В качестве таких критериев могут быть выбраны:

- объемы производства и выручки от реализации продукции;
- конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках;
- квалификация управленческого и производственного персонала;
- наличие у предприятия собственных разработок по инвестиционным программам;
- перспективы развития отрасли, к которой относится предприятие;
- наличие в банке квалифицированного персонала, имеющего необходимые знания и опыт работы с данным предприятием или отраслью.

Тщательный учет и анализ действия всех этих факторов на рынке ссудных капиталов и формирование полноценного комплекса маркетинга приобретают жизненно важное значение при определении инвестиционной стратегии коммерческого банка в условиях усиления конкурентной борьбы банков на рынке капиталов.