

DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2023.81.1.019

И. А. Ноженков

ВЛИЯНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ НА ОТРАСЛЕВУЮ ПРИОРИТИЗАЦИЮ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Аннотация

В статье автором рассматриваются основные специфические черты финансовой деятельности компаний региона, которые в современных экономических условиях становятся определяющими факторами для регионального банковского сектора при определении его отраслевой приоритизации. Автором обосновывается, что формирование структуры рынка региональных банковских услуг в значительной степени зависит от специфики деятельности компании и необходимости использования тех или иных финансовых продуктов в условиях текущей экономической ситуации. Данная приоритизация также коррелирует с сегментной политикой банков и с различными способами классификации клиентов, которые практикуют финансовые организации при взаимодействии с ними. Отраслевая приоритизация дает возможность банковским организациям эффективно прогнозировать прирост своей доходности, а компаниям найти новые способы оптимизации расходов.

Ключевые слова

Региональный банковский сектор, приоритизация банковских услуг, отраслевые финансовые продукты.

I. A. Nozhenkov

INFLUENCE OF SPECIFICS OF FINANCIAL ACTIVITIES OF REGIONAL COMPANIES ON SECTORAL PRIORITIZATION OF BANKING SERVICES

Annotation

In article author examines the main specific features of financial activities of companies in region, which in modern economic conditions become determining factors for regional banking sector in determining its sectoral prioritization. Author substantiates that formation of structure of regional banking services market largely depends on degree of maneuverability of company in choosing certain financial products. This prioritization also correlates with segment policy of banks and with various ways of classifying clients that financial organizations practice when interacting with them. Industry prioritization enables banking organizations to effectively predict the growth of their profitability, and companies to find new ways to optimize costs.

Keywords

Oil and gas sector, stock market, market value, sanctions restrictions.

Введение

Определение продуктового профиля компании банковскими организациями в целях сегментирования предоставляемых услуг

Система корпоративного банкинга [1], построенная на ключевых направлениях банковского менеджмента (инвестиционном, антикризисном, регулярном и стихийном) и ее деятельность по формированию сбалансированного клиентского портфеля или, другими словами, совокупности комиссионных сделок и запросов клиентов, имеющих регулярный или стихийный характер достигает оптимальных финансовых результатов за счет проведения сегментной политики при работе с корпоративными клиентами в рамках регулярной деятельности и за счет использования универсальных управленческих решений при возникновении обстоятельств, возникающих стихийно, например, ситуаций, связанных с тенденциями рынка платежных услуг.

Обращаясь к классификации «банкинга», стоит отметить, что в соответствии с общепринятой классификации совокупность сделок с компаниями малого, среднего и крупного бизнеса охватывает зону розничного банкинга.

Обсуждение

Кредитная политика основана на отраслевых особенностях предприятий, в связи с чем каждому из них присваивается кредитный рейтинг, определяющий степень кредитного риска при банковском финансировании [2]. Таким образом, осуществляется сегментная политика банка, которая базируется на том, что для каждой отрасли определяется свой уровень допустимого риска и в соответствии с этим определяются, например, условия кредитования или предоставления других банковских услуг.

Другими словами, формирование оптимальной стратегии банка по наращиванию портфеля клиентов за счет реализации различного рода сделок (несущих в себе риски или нет) [3] достижимо

за счет целесообразного бизнес-планирования в части ожидаемых объемов и характера этих сделок. Исходя из таких показателей как планируемая маржинальность сделки, стандартная тарификация услуг, отрасль бизнеса клиента, объемы годовой выручки и ряд показателей, используемых в рамках кредитного анализа компании, определяют стратегию банка в части сегментной политики и формируют собой продуктовый профиль компаний, т.е. совокупность потенциальных услуг банка для корпоративного бизнеса.

С другой стороны, в части использования компаниями ряда банковских услуг можно провести определенную градацию исходя из индивидуальных потребностей компаний в части использования банковских услуг.

Результаты

Выделим ключевые отрасли бизнеса и проведем параллель их потенциальных потребностей в разрезе их финансовых показателей. Рассматривая обслуживание розничного бизнеса банками, определим продуктовый профиль компании в банке путем рэнкинга потребностей компаний разных отраслей, — эти данные представлены на рисунке 1. Исходя из рэнкинга потребностей в определенных банковских продуктах в зависимости от специфики отрасли, можно отметить, что для розничного бизнеса характерны продукты, связанные с платежами, краткосрочным финансированием (в том числе в рамках факторинга), а также нефинансовые сервисы, связанные с аналитикой данных и омниканальностью. В отличие от других отраслей, совокупность банковских продуктов, ориентированных на розничный бизнес, в наибольшей степени имеет характер цифровой услуги. В рамках отраслевой приоритизации отметим, что диапазон сформирован исходя из условий отсутствия смешения потребностей компаний разных отраслей, в условиях непересекаемости их видов деятельности.

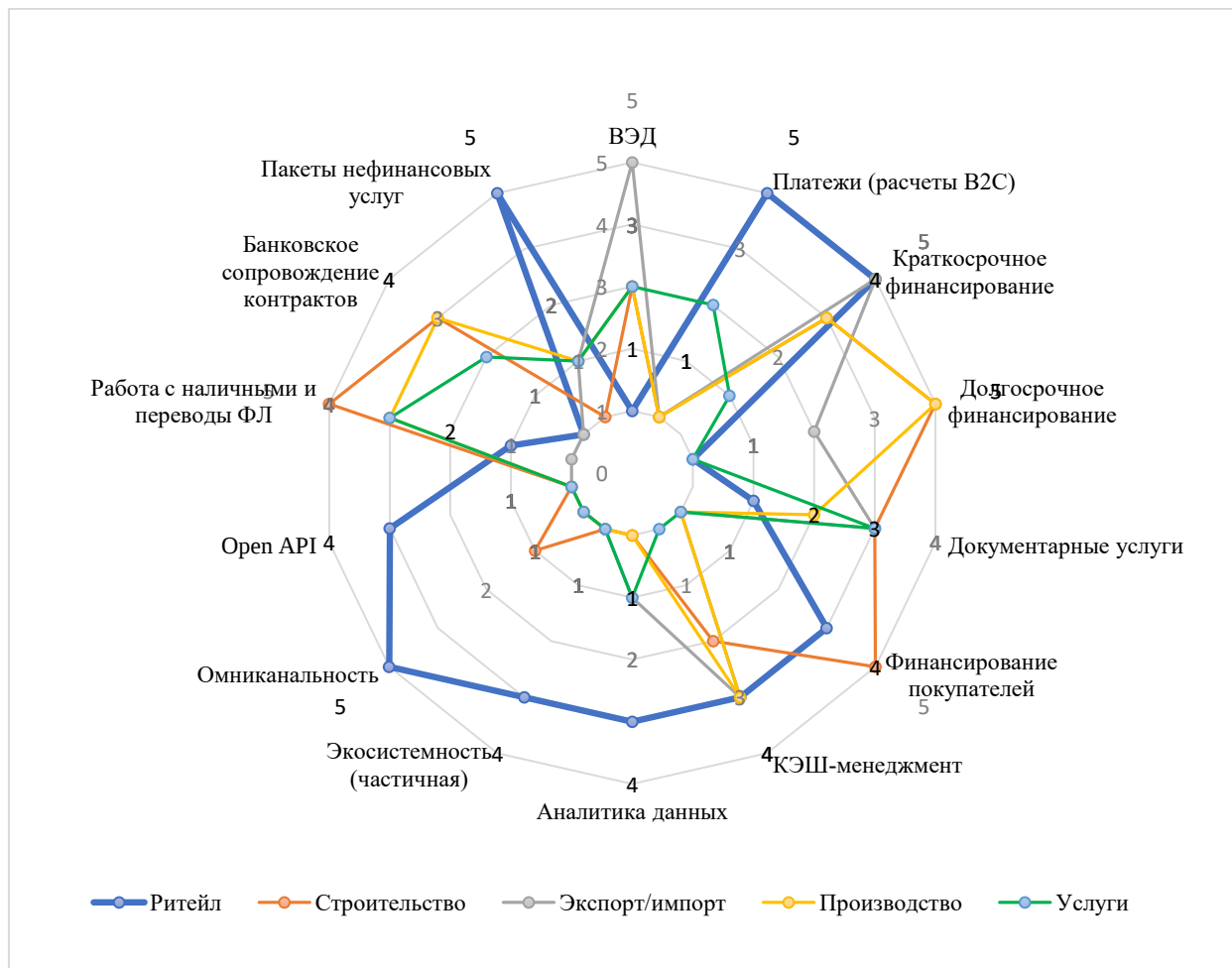


Рисунок 1 — Отраслевая приоритизация банковских услуг

На практике розничные компании могут реализовывать мелкий опт, заниматься импортом продукции, реализовывать доставку собственными силами либо иметь собственное производство, поэтому часть банковских услуг потенциально направленных для других отраслей применима для розницы. В случае же, если компания занимается разными видами деятельности, одни из которых, например высокорентабельны и низкорисковые, а другие — инновационны и генерируют значительные риски, может осуществляться индивидуальный подход, в рамках которого условия кредитования каждого бизнес-проекта компании будут различны. Ценообразование этих услуг будет определено продуктовым портфелем компании в банке. В рамках данного исследования в качестве примера рассмотрены компании розничной торговли,

в виду их широкого спектра потенциальных банковских услуг.

Продуктовое взаимодействие компании с банком в целях формирования портфеля специализированных финансовых услуг

Согласно определенным приоритетам розничной компании в части выбора банковских услуг можно выделить три ключевых направления:

- продукты, связанные с анализом данных и омниканальностью;
- платежные услуги;
- услуги краткосрочного финансирования, в том числе покупателей (ПОС-кредитование) и поставщиков (факторинг).

Таким образом, в рамках продуктового взаимодействия с банком (в т.ч. в рамках цифровизации бизнеса) основной задачей становится формирование сбалансированного продуктового портфеля

банковских услуг, закрывающего часть финансовых вопросов (финансирование, работа с денежными средствами и платежи) и хозяйственных вопросов компаний (на примере розницы — механика взаимодействия с покупателями, т.е. технологическое обеспечение сделок) [12].

Стоит отметить фокус применения платежных технологий, инструментов и условий их использования, который устанавливается для определенных групп компаний в зависимости от особенностей этих компаний. Например, для компаний розничной торговли важным этапом выступает определение особенностей торгового предприятия и степень его внутренней приоритизации относительно используемых банковских услуг.

Показательным примером для целей нашего исследования становятся компании микро- и малого бизнеса, для которых необходимость в применении платежных технологий или экономия при их усовершенствовании зачастую нивелируется базовой стоимостью расчетно-кассового обслуживания. Поэтому приоритизация банковских услуг для данного сегмента компаний в большей степени закрывает вопрос «необходимости» услуги для компании, чем экономического характера этой услуги. Для компаний сегмента среднего и крупного бизнеса вопрос формирования портфеля банковских услуг в равной степени затрагивает вопросы экономии и необходимости в банковской услуге.

Возвращаясь к вопросу вариативности потенциальных услуг для компаний розничного бизнеса (различных сегментов) необходимо сформировать выборку этих компаний, исходя из их ключевых особенностей. При выборке из предприятий формируются уникальные особенности предприятия, исходя из общей цели развития платежных инноваций. Особенности предприятий после определения становятся основополагающей информацией для выбора банковских услуг (в том числе платежных) и выбора вектора в стратегии банка по

формированию продуктового предложения для конкретной ниши бизнеса. Выбор в конечном счете должен привести к формированию классификации предприятий и сформировать заключение по характеристикам выбранной компании (см. рис. 2). Остановливаясь на каждой из категорий, формирующих особенности розничной компании, стоит отметить фокус на следующие критерии: стратегические цели торговых предприятий, тип бизнеса и целевую аудиторию потребителей (особенно при выборе платежного инструмента или технологии).

Например, возрастная категория потребителей влияет не только на маркетинговые каналы продаж и выбор той или иной платежной технологии. Возрастные категории в совокупности с развитием всех цифровых технологий корректируют вектор развития платежной инфраструктуры. Данная тенденция отражена в идее «Три фазы поведенческих нарушений» [4], согласно которой адаптация к современным платежным технологиям поэтапно формирует привычки потребителей [5].

Отдельно стоит отметить социальную роль платежных услуг, которая заключается в восприятии потребителями платежных услуг одновременно клиентов банка и розничной компании) и имеет свойства восприятия, аналогичные любому другому инновационному продукту. Социальная роль платежных услуг дополняет особенности потребностей группы покупателей, использующих платежные технологии при расчетах в точках продаж [14]. Также исследователи поднимают вопросы применения технологий облачных вычислений в рамках совершенствования платежных технологий (со стороны обеспечения безопасности платежей), и интеграции платежных технологий в концепцию «интернета вещей» [6, 7]. Данные приложения наиболее обширно формируют потребности целевой аудитории при внедрении инновационных банковских продуктов (в данном случае платежных).

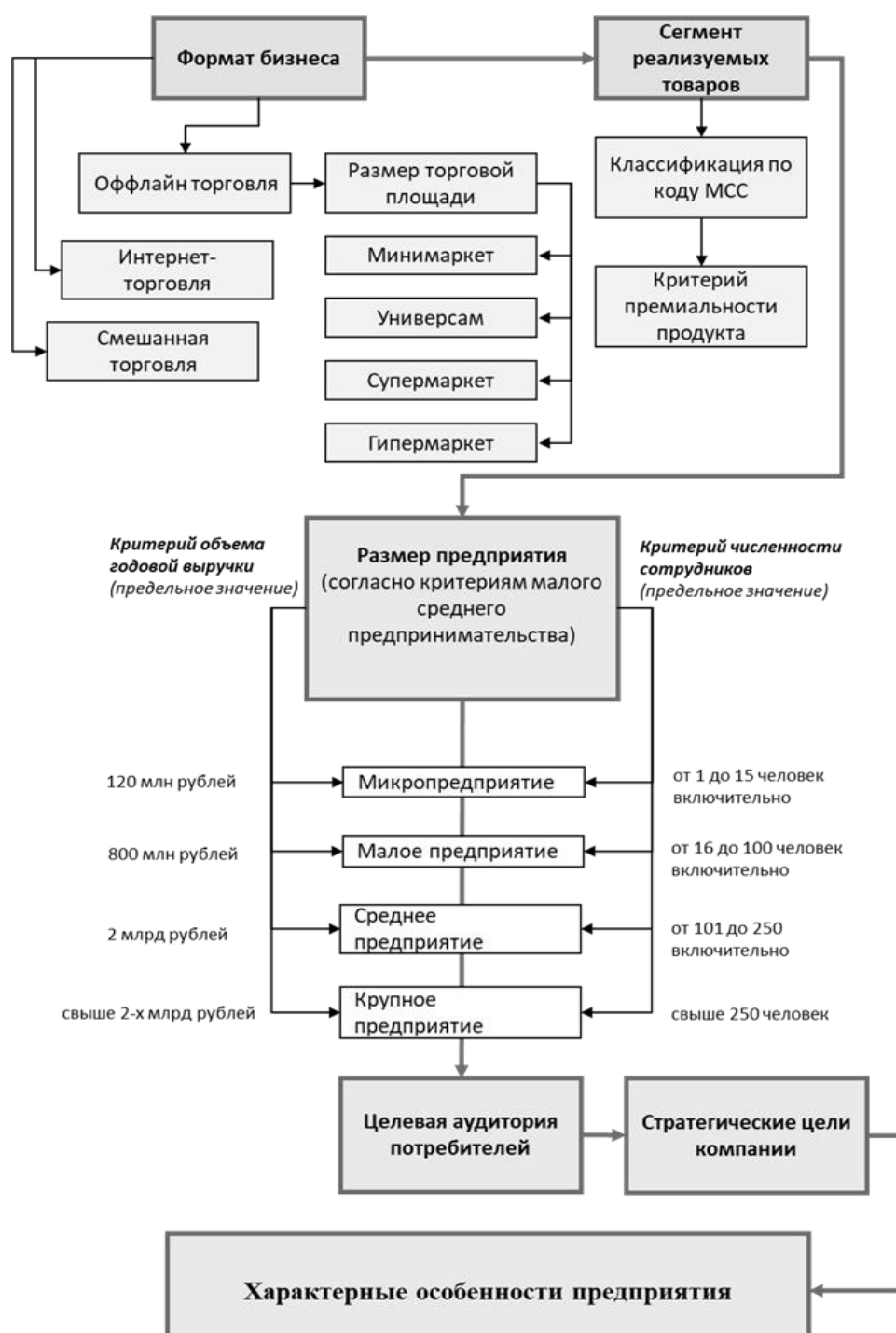


Рисунок 2 — **Формирование характерных особенностей компаний в целях разработки специализированного отраслевого финансового продукта**

Определение экономической эффективности использования безналичной формы расчетов для компании

При том что доля безналичных операций в розничной торговле составляет 60% от общего оборота (в среднем за период 2019–2021 гг.), рассмотрим

изменение условной процентной ставки в рамках торгового эквайринга на 0,5 процентных пункта в контексте влияния этих расходов на рентабельность в компаниях с учетом отсутствия производства собственной продукции. Данный показатель определит, насколько эффек-

тивны продажи на примере исследуемых торговых сетей «Светофор» (юридические лица, представленные в Ростовской

области — ООО «Торгсервис 61», ООО «Торгсервис 161», ООО «Восторг 61») и ООО «СТД «Петрович» (табл. 1).

Таблица 1 — Расчет рентабельности затрат при изменении условной ставки на 0,5% в безналичных расходах, руб.

Показатель	ООО «СТД «Петрович»	ООО «Торгсервис 61»	ООО «Торгсервис 161»	ООО «Восторг 61»
Выручка	97 658 202	4 858 788	3 282 053	5 548 009
Выручка (безналичная)	58594921,2	2915272,8	1969231,8	3328805,4
Коммерческие расходы	15 389 123	372 622	306 292	376 128
Доп. расходы на условную ставку при безналичном обороте	292 975	14 576	9 846	16 644
Прибыль от продаж	12 148 851	250 238	111 058	217 036
Прибыль от продаж (с коррекцией)	-962 284	-122 384	-195 234	-159 092
Себестоимость продаж	67 842 240	4 235 928	2 864 703	4 954 845
Коммерческие расходы	15 389 123	372 622	306 292	376 128
Управленческие расходы	2 277 988			
Рентабельность затрат в %, 2021 (эффективность продаж)	14,596	5,430	3,502	4,071
Рентабельность затрат в %, 2021 (эффективность продаж) коррекция на 0,5% ставки по ТЭ	-1,156	-2,656	-6,157	-2,984
Результирующий показатель («дельта»)	15,753%	8,065%	9,659%	7,056%

Согласно расчету рентабельности затрат, в рамках определения эффективности продаж стоит отметить значительное влияние изменения расходов, связанных с безналичным оборотом Банковские учреждения на платежном рынке исторически занимают доминирующее положение. В соответствии с этим и комплекс услуг зачастую формируется в зависимости от условий наличия достаточных условий финансирования у банков (финансового состояния банка) и технологической обеспеченности банка. Для компаний розничной торговли возникают серьезные проблемы в управлении платежными услугами, обусловленные изменением приоритетов в заемном финансировании [9, 10].

Приведенный выше результирующий показатель «дельта» определяет степень зависимости предприятия от безналичного оборота. Данный показате-

тель определяется разницей в рентабельности затрат с учетом изменения условной процентной ставки, применяемой при обеспечении безналичного оборота (любыми платежными инструментами). На примере исследуемых компаний можно отметить, что в строительном ритейле степень влияния безналичного оборота выше на 7 %, чем в рознице, где среднее значение отклонения на уровне 8 %. Моделирование таким образом ситуации отклонения условной ставки на безналичный оборот целесообразно с шагом 0,1 п.п. для более чувствительного анализа к изменению ставки (применимо в большей степени для крупных компаний за счет эффекта масштаба).

Использование данного показателя, одновременно с показателями, определяющие зависимость от банковского финансирования (коэффициенты долговой нагрузки и ликвидность компании [11,

12]) для компании позволяют определить уровень ее маневренности при формировании сбалансированного портфеля банковских услуг, а для банка позволяет также сформировать оптимальное продуктивное предложение с целью заработка дополнительного комиссионного дохода. Указанные способы определения маневренности компании могут иметь универсальный характер относительно отрасли бизнеса или размера компании.

Библиографический список

1. Grebenkova, D. Corporate banking: analysis, valuation and financing structure of the company // *Review of Business and Economics Studies*. — 2020. — № 1. — P. 41–66.
2. Родин, Д. Я., Карартынян, А. А., Зиниша, О. С., Симонянц, Н. Н. Роль банковских институтов в финансовом обеспечении устойчивого развития региональной экономики // *ЭПП*. — 2021. — № 6. — С. 1345–1350.
3. Алмуграби, М., Карпова, С. В. Модифицированная матрица управления клиентским портфелем для банков (с включением фактора «эмоциональное восприятие бренда») // *Практический маркетинг*. — 2021. — № 5. — С. 10–13.
4. King, B. Bank 2.0: how customer behaviour and technology will change the future of financial services. — Singapore, 2010. — P. 34–40.
5. Nozhenkov, I. Research of features of payment technologies in payment industry // *Lecture Notes in Networks and Systems*. — 2022. — Vol. 380.
6. Hu, B., Xie, H., Ma, Y., Wang, J., Zhang, L. Robust Retail POS System based on blockchain and edge computing // *International Conference on Edge Computing*. — Seattle, 2018. — Vol. 10973.
7. Гилева, Т. А. Инструменты стратегического управления развитием предприятий в цифровой среде // *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*. — 2021. — № 2. — С. 138–154.
8. Матушевская, Е. А., Баджанов, В. С. Методические подходы к анализу ликвидности и платежеспособности предприятия на примере АО «Международный аэропорт Уфа» // *Крымский научный вестник*. — 2018. — № 1.
9. Никитина, Т. В., Ренкер, К. Перспективы развития корпоративного банкинга: бизнес-модели, ориентированные на администрирование, против клиенто-ориентированных бизнес-моделей // *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. — 2019. — № 1 (115). — С. 43–47.
10. Чумакова, Н. В., Яковлева, Н. В., Буткова, О. В. Платежеспособность и ликвидность: теоретический аспект // *Концепт*. — 2018. — № 11.
11. Чараева, М. В. Финансовое стимулирование в системе управления компанией // *Финансово-экономическое и информационное обеспечение инновационного развития региона : материалы IV Всероссий. науч.-практ. конф.* — Симферополь, 2021. — С. 153–155.
12. Чараева, М. В. Использование оценочных финансовых показателей в системе контроллинга российских предприятий // *Финансовые исследования*. — 2018. — № 4 (61). — С. 237–245.
13. Evstafyeva, E. M., Charaeva, M. V., Konovalenko, S. A., Shentsyuan, Y. Digitalization of corporate financial management // *Strategies and Trends in Organizational and Project Management*. — Rostov-on-Don, 2022. — P. 625–631.
14. Holotiuk, F., Pisani, F., Moormann, J. Impact of blockchain technology on business models in payments industry // *International Conference on Wirtschaftsinformatik*. — 2017. — Vol. 13.

Bibliographic list

1. Grebenkova, D. Corporate banking: analysis, valuation and financing structure of company // *Review of Business and Economics Studies*. — 2020. — № 1. — P. 41–66.
2. Rodin, D. Ya., Karartynyan, A. A., Zinisha, O. S., Simonyants, N. N. Role of banking institutions in financial support of sus-

tainable development of regional economy // EPP. — 2021. — № 6. — P. 1345–1350.

3. *Almugrabi, M., Karpova, S. V.* Modified matrix of client portfolio management for banks (with inclusion of factor «emotional perception of brand») // Practical marketing. — 2021. — № 5. — P. 10–13.

4. *King, B.* Bank 2.0: how customer behaviour and technology will change the future of financial services. — Singapore, 2010. — P. 34–40.

5. *Nozhenkov, I.* Research of features of payment technologies in payment industry // Lecture Notes in Networks and Systems. — 2022. — Vol. 380.

6. *Hu, B., Xie, H., Ma, Y., Wang, J., Zhang, L.* Robust Retail POS System based on blockchain and edge computing // International Conference on Edge Computing. — Seattle, 2018. — Vol. 10973.

7. *Gileva, T. A.* Instruments of strategic management of enterprise development in the digital environment // Bulletin of Perm National Research Polytechnic University. Socio-economic sciences. — 2021. — № 2. — P. 138–154.

8. *Matushevskaya, E. A., Badzhanov, V. S.* Methodological approaches to analysis of visibility and solvency of enterprise on example of Ufa International Airport // Crimean Scientific Bulletin. — 2018. — № 1.

9. *Nikitina, T. V., Renker, K.* Prospects for development of corporate banking: business models focused on administration versus client-oriented business models // Proceedings of St. Petersburg State University of Economics. — 2019. — № 1 (115). — P. 43–47.

10. *Chumakova, N. V., Yakovleva, N. V., Butkova, O. V.* Solvency and liquidity: theoretical aspect // Concept. — 2018. — № 11.

11. *Charaeva, M. V.* Financial stimulation in company management system // Financial, economic and informational support of innovative development of region : materials of IV All-Russian scient.-pract. conf. — Simferopol, 2021. — P. 153–155.

12. *Charaeva, M. V.* Use of estimated financial indicators in controlling system of Russian enterprises // Financial research. — 2018. — № 4 (61). — P. 237–245.

13. *Evstafyeva, E. M., Charaeva, M. V., Konovalenko, S. A., Shentsyuan, Y.* Digitalization of corporate financial management // Strategies and Trends in Organizational and Project Management. — Rostov-on-Don, 2022. — P. 625–631.

14. *Holotiuk, F., Pisani, F., Moormann, J.* Impact of blockchain technology on business models in payments industry // International Conference on Wirtschaftsinformatik. — 2017. — Vol. 13.