

валютні інтервенції шляхом купівлі-продажу валютних цінностей на валютних ринках з метою впливу на курс національної валюти щодо іноземних валют та на загальний попит і пропозицію грошей в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гроші та кредит: Підручник / За заг. ред. М.І. Савлука. – К.: КНЕУ, 2006. – 744 с.
2. Закон України «Про Національний банк України» від 20.05.1999, № 679-XIV // zakon.rada.gov.ua.
3. Колодій О.А. Еволюція банківської справи / О.А. Колодій // Наук. вісн. Національного лісотехнічного університету України. – 2007. – Вип. 17.2. – С. 177-184.
4. Моисеев С.Р. Инерция денежно-кредитной политики // Финансы и кредит. – 2003. – № 20(134). – С. 52-57.
5. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
6. Пшик Б.І., Неклюдова Т.М. Інфраструктура грошового ринку: теоретичні засади дослідження / Б.І. Пшик, Т.М. Неклюдова // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2014. – № 2. – С. 9-12.

УДК 336.76:736.761.3

Добриніна Л.В.

*викладач кафедри фінансового менеджменту
та фондового ринку
Одеського національного економічного університету*

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ УЧАСНИКІВ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

У статті досліджено зміст стратегії, підходи до її вивчення, складові елементи, засади для розбудови. Розглянуто значення стратегії для учасників фінансового ринку, особливості стратегії у досягненні цілей та роль стратегії у їхній діяльності. Досліджено напрями стратегії учасників фінансового ринку.

Ключові слова: стратегія, фінансовий ринок, учасники, фінансові посередники, фінансові ресурси, види стратегії.

Добринина Л.В. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИИ УЧАСТНИКОВ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

В статье исследовано содержание стратегии, подходы к ее изучению, составные элементы, принципы для развития. Рассмотрены значение стратегии для участников финансового рынка, особенности стратегии в достижении целей и роль стратегии в их деятельности. Исследованы направления стратегии участников финансового рынка.

Ключевые слова: стратегия, финансовый рынок, участники, финансовые посредники, финансовые ресурсы, виды стратегии.

Dobrynina L.V. FEATURES OF THE FINANCIAL MARKET PARTICIPANTS STRATEGY

The article examines the content of the strategy, approaches to its study, the components, the foundations for the development. The importance of the strategy for participants in the financial market, the peculiarities of the strategy in achieving the goals and the role of the strategy in their activity are considered. The directions of the strategy of participants in the financial market are explored.

Keywords: strategy, financial market, participants, financial intermediaries, financial resources, types of strategy.

Постановка проблеми. Складником економіки держави є наявність фінансового ринку та присутність на ньому учасників. Їхню чисельну групу становлять фінансові посередники, які здатні забезпечити ефективне функціонування фінансового ринку та посередницький зв'язок між покупцями і продавцями фінансових інструментів. Тому необхідно визначити роль та стратегії фінансового посередника.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням, пов'язаним із формуванням та різновидами стратегії організації, присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених: І. Ансоффа [2], О. Виханського, О. Градова, В. Гриньової, М. Портера, О. Пушкаря, А. Стрікленда, А. Томпсона [14], В. Забродського, А. Зуба, Т. Сааті, В. Василенко, І. Ігнат'євої, З. Шершньової, Т. Ткаченко, Б. Мізюка, В. Мартиненка, А. Мазаракі, Л. Мельника, Ю. Дерев'янка, В. Пономаренка та багатьох інших. Питання фінансового посередництва на фінансовому ринку розглядали багато науковців, таких як І. Бланк [3], О. Барановський, Ватаманюк, О. Другова, В. Корнєєва, Г. Партин, Л. Співак, О. Шевцова, І. Школьник [16] та інші. Проте питання особливостей учасників фінансового ринку слабо досліджені.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз визначень поняття стратегії, а також уточнення цієї категорії стосовно учасників фінансового ринку з урахуванням особливостей діяльності цих учасни-

ків. Завданням статті є визначення поняття стратегії учасників фінансового ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економічній літературі існують різні погляди на розуміння поняття «стратегія», що пояснює науковий інтерес дослідників до узагальнення поглядів учених у цій сфері. Але наша увага буде зосереджена на розгляді визначення стратегії саме для учасників фінансового ринку.

Існує багато підходів до визначення терміна «стратегія» взагалі. Аналіз теоретичних надбань менеджменту дає змогу виокремити основні варіанти визначення базового поняття «стратегія»:

1. Визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей [10].

2. Набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності [2].

3. План управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів і досягнення поставлених цілей [12].

4. Детальний усебічний комплексний план, призначений для реалізації місії організації і досягнення цілей [9].

5. Узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів компанії [6].

6. Програма, план, генеральний курс суб'єкта управління з досягнення ним стратегічних цілей [14].

7. Якісно визначена узагальнена модель довгострокових дій організації, що необхідно здійснити для досягнення поставлених цілей за допомогою розподілу і координації своїх ресурсів [4].

8. Формування системи довгострокових цілей діяльності підприємства і вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення [3].

У зв'язку з цим важливим є висновок, що стратегія – це система організаційно-економічних заходів визначення довгострокових цілей, де інструментами реалізації стратегії є вибір перспективних напрямів розвитку, адаптація цілей підприємства, враховуючи позиції у навколишньому середовищі; генеральний напрям розвитку підприємства, що забезпечує узгодження його мети і можливостей та інтересів усіх суб'єктів; ефективна ділова концепція досягнення конкурентних переваг підприємством; сукупність перспективних орієнтирів для роботи підприємства; план дій, що визначає пріоритети розв'язання проблем і ресурси для досягнення основної мети [2, 7, 11, 13].

Незважаючи на різноманітність визначень і трактувань стратегії, основна мета її полягає у досягненні довгострокових конкурентних переваг, які б забезпечували підприємству (організації) високу прибутковості через задоволення суспільних потреб, тобто кінцевим результатом реалізації стратегії є розвиток організації [12]. Вона полягає у забезпеченні тривалого всебічного прогресу стратегії і виходить з усвідомлення причин його виникнення та закономірностей розвитку.

Учасники фінансового ринку також орієнтуються на стратегію, що означає генеральну програму дій учасників, узгоджену з головною метою їх існування [4, 7]. У забезпеченні ефективного функціонування та розвитку учасників фінансового ринку особливе місце посідає встановлення стратегії та розроблення варіантів розвитку з урахуванням тенденцій у внутрішньому та зовнішньому середовищі та дій конкурентів. Однак кожен учасник має свою особливу стратегію [9].

На фінансовому ринку діють різні учасники, функції яких визначаються метою їхньої діяльності та ступенем участі в укладанні угод. На думку І.О. Бланка, склад основних учасників фінансового ринку диференціюється залежно від форм здійснення угод, які поділяються на прямі та опосередковані. З урахуванням принципів форм укладання угод на фінансовому ринку основні його учасники поділяються на дві групи: по-перше, продавці та покупці фінансових інструментів, по-друге, фінансові посередники. Крім основних учасників фінансового ринку, що беруть безпосередню участь в укладанні угод, до складу його суб'єктів відносять численні учасників, що виконують допоміжні функції (зокрема, функції обслуговування основних учасників фінансового ринку, функції обслуговування окремих операцій на фінансовому ринку та ін.) [3].

Однак сконцентруємо увагу на діяльності фінансових посередників, тому що вони становлять досить численну групу основних учасників фінансового ринку та забезпечують посередницький зв'язок між покупцями та продавцями фінансових інструментів. Певна частина фінансових посередників сама може бути на фінансовому ринку в ролі продавця чи покупця.

Фінансові посередники – це фінансові установи, до яких належать суб'єкти банківської системи, небанківські фінансові та кредитні інститути, контрактні фінансові інститути. Діяльність фінансових посеред-

ників на практиці пов'язана зі створенням нових фінансових інструментів. Ці інститути мають можливість отримувати прибуток за рахунок економії, що зумовлена зростанням масштабу операцій, здійснюючи аналіз кредитоспроможності потенційних кредиторів, розроблення порядку надання позик і розрахунків за них, рівномірно розподіляючи ризики. Заощадження фізичних та юридичних осіб фінансові посередники акумулюють, перетворюючи їх на капітал, та вкладають у діяльність різних суб'єктів господарювання, диверсифікуючи при цьому рівень ризику, допомагаючи інвесторам отримати більші доходи, сприяючи ефективному перерозподілу капіталу та розширенню пропозиції інвестиційних ресурсів [6]. Слід зазначити, що система спеціалізованих фінансових посередників має можливість власникам заощаджень більші вигоди, ніж просто можливість одержувати відсотки на капітал.

Основна роль фінансових посередників у розвитку економіки будь-якої держави полягає у забезпеченні ефективного функціонування механізму залучення інвестицій. Рівень інвестицій значно впливає на обсяг національного доходу суспільства. Інвестиції у масштабах країни визначають процес розширеного відтворення. Будівництво нових підприємств, зведення житлових будинків, прокладання доріг, а отже, і створення нових робочих місць залежать від процесів інвестування або капіталуотворення [8, 16].

Фінансові посередники мають унікальні риси, але всім їм властиве одне: вони мають власні зобов'язання.

Зосередимо увагу на фінансових посередниках, які акумулюють найбільші фінансові ресурси, та розглянемо їх стратегії.

Стратегія банку – це концептуальна основа його діяльності, визначає пріоритетні цілі і завдання, і шляхи їх досягнення. Стратегія банку слугує орієнтиром для прийняття ключових рішень, що стосуються майбутніх ринків, продуктів, організаційної структури, прибутковості і профілю ризиків для керівників (менеджерів) банку на всіх рівнях його діяльності, тобто вона є основою всієї системи банківського менеджменту. Стратегія являє собою детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії банку і досягнення його цілей.

Стратегія банку складається з двох частин: постійної (основні положення і місія) і динамічно оновлюваної. Динамічно оновлюваний складник стратегії банку являє собою сукупність взаємозалежних стратегій другого порядку, які чутливі до змін навколишнього середовища. До основних положень стратегії належить необхідність концентрації зусиль та глибока спеціалізація (каналний маркетинг); розроблення нових фінансових продуктів і рекламні заходи (постійний моніторинг щодо своїх конкурентів та клієнтів); утримання вже залучених клієнтів (підвищення якості обслуговування клієнтів за рахунок створення інституту персональних менеджерів); розвиток системи персонального менеджменту (зацікавленість персоналу в результатах своєї роботи і банку загалом); забезпечення працівників справедливою оцінкою їх внеску в досягнуті результати; підвищення мотивації клієнтів (партнерські відносини між клієнтом та банком); вибір клієнтів з огляду на їх місце та масштаб у результаті розвитку; досягнення запланованих результатів у визначений термін (здатність змінювати стратегію у відповідь на виклики зовнішнього середовища і розвивати банк, оновлюючи його структуру і ключові бізнес-процеси)

[4, 5, 15]. Стратегія для банку є ключовим вектором щодо його діяльності.

Стратегія ІСІ має особливості відповідно до функцій посередника на фінансовому ринку. Їх можна розділити на дві групи:

1) Функції, що характеризують роль і значення ІСІ в економіці (акмулювання (залучення) грошових коштів інвесторів з метою отримання прибутку від вкладення їх у цінні папери інших емітентів, корпоративні права та нерухомість; активізація механізмів трансформації заощаджень в інвестиції (забезпечення додаткового обсягу інвестицій у виробництво національного продукту); зниження відсоткових ставок, що активізує попит на фінансові ресурси з боку реального сектора та стимулює інвестиційну діяльність).

2) Функції як специфічні завдання, що виконуються ІСІ в межах надання інвестиційних послуг (економія на масштабах операцій; вирішення проблеми ліквідності вкладень інвесторів залежно від типу інвестиційного фонду (відкриті інвестиційні фонди забезпечують ліквідність цінних паперів, що випускаються ними, шляхом виконання зобов'язань із викупу цих цінних паперів у власників на першу вимогу, закриті інвестиційні фонди – шляхом підтримки їх ліквідного вторинного ринку); подолання бар'єрів невизначеності шляхом залучення до інвестиційних процесів не схильних до ризику вкладників; професійний відбір об'єктів інвестування; диверсифікація активів та уникнення ризиків інвестування – це стратегія вибору фундаментально різних активів (акцій, облігацій, нерухомості) та визначення їх часток в інвестиційному портфелі, що забезпечує суттєве зниження ризиків інвестування для індивідуальних інвесторів. Адже розумна алокація – це один із ключових моментів у раціональному інвестуванні; управління економічними ризиками (розроблення і впровадження заходів, спрямованих насамперед на захист активів інвесторів та мінімізацію таких ризиків на ранніх стадіях їх розвитку).

Завдяки ефективним інструментам нагромадження значних капіталів (консолідує грошові кошти дрібних інвесторів) надаються можливості здійснювати різноманітні види інвестування (довгострокові комерційні проекти, муніципальні програми, великі пакети цінних паперів тощо); таким чином, з одного боку, ІСІ мають у своєму арсеналі

великі обсяги капіталу, що сприяють вирішенню проблем макроекономічного характеру, а з іншого боку – вирішують завдання щодо власного розвитку і функціонування (питання мікрорівня). Виконуючи основні функції фінансового посередництва щодо трансформації заощаджень в інвестиції, ІСІ підвищує ефективність алокації фінансових ресурсів, забезпечує фінансову систему довгостроковими фінансовими ресурсами; а на більш високому рівні – збільшує потужність фінансового ринку і розширює його ємність, підтримує стійкість національної фінансової системи, сприяє підвищенню вартості національного капіталу, тощо [8, 9, 15].

Розглянувши функції та особливості ІСІ, можна визначити головні стратегії ІСІ, які мають інвестиційні складники, тому що для них інвестиційна діяльність є основним видом діяльності. Це може бути стратегія активного інвестиційного менеджменту, яка передбачає ухвалення рішень щодо купівлі або продажу цінних паперів на основі економічного, фінансового, ринкового аналізу та інвестиційних оцінок, чи пасивна, коли об'єкти будуть придбаватися переважно на довготривалий період, за який має реалізуватися потенціал зростання їх курсової вартості. Присутня також збалансована стратегія, яка передбачає одержання максимально можливого прибутку за помірних ризиків шляхом довгострокового інвестування в добре диверсифікований портфель державних і муніципальних цінних паперів, акцій і облігацій корпорацій та інструментів грошового ринку та ін. Причому прийняття рішень щодо вибору тієї чи іншої інвестиційної стратегії залежить від виду ІСІ (закритий, відкритий), вибору мети та інших характеристик.

Стратегія страхових компаній – це генеральна програма дій компанії, узгоджена з головною метою останньої; комплекс заходів управління, який уміщує оцінку поточного стану компанії, розроблення цілей та місії діяльності компанії, спираючись на поточну ситуацію, формування бізнес-процесів страхової компанії, стратегічне планування та управління страховою компанією, спрямоване на забезпечення конкурентних переваг страхової компанії, залучення та задоволення страхувальників, забезпечення фінансової стійкості страхової компанії, а також збільшення ринкової вартості компанії у довгостроковій перспективі.

Таблиця 1

Характеристика функціональних стратегій страхової компанії [1]

Функціональна стратегія	Характеристика
Маркетингова	Відображає зусилля страхової компанії в пошуку найбільш прийнятих рішень для гармонізації відносин між страховиком та страхувальником та включає: позиціонування страхових послуг компанії; розроблення та підготовку необхідних страхових послуг, проектування життєвого циклу страхової послуги; розроблення системи збуту та стимулювання продажів страхової продукції; оцінку перспективної частини ринку, яку компанія можна захопити, а також визначення економічної ефективності маркетингових акцій
Операційна	Набір правил для прийняття рішень, якими керується компанія під час ведення своєї господарської діяльності. Пов'язана із розробленням політики використання ресурсів організації, спрямованих на максимально ефективну підтримку її стратегії на ринку
Фінансова	Охоплює визначення перспективних напрямів діяльності страховика з урахуванням їх прибутковості та охоплює такі важливі напрями, як розроблення інвестиційної стратегії, тобто розміщення тимчасово вільних грошових коштів страховика; оцінка та прогнозування поточного фінансового стану страховика; планування поточної діяльності страховика та складання бізнес-плану; план-прогноз розширення діяльності страхової компанії
ІТ-стратегія	Передбачає створення систем інтегрованої системи електронного документообігу, використання автоматизованої підтримки управлінського обліку та контролю, впровадження ІТ – забезпечення в регіональних підрозділах страхових послуг та системи управління відносин із клієнтами
HR- стратегія	Стратегія управління персоналом – це розроблене керівництвом страховика пріоритетне, якісне визначення довгострокових цілей зі створення високопрофесійного, відповідального та згуртованого колективу, що враховує стратегічні завдання та ресурсні можливості страхової компанії

Від ступеня обґрунтованості обраної стратегії залежить успіх компанії. Присутня така схема побудови стратегії:

- а) загальні положення;
- б) період, на який розрахована стратегія;
- в) стратегічні орієнтири: майбутня роль і завдання компанії;
- г) аналіз і оцінка становища компаній: конкурентна позиція, стосунки зі страхувальниками, фінансовий стан;
- д) визначення пріоритетів: нові страхові послуги, нові страхувальники, досконаліші методи маркетингу тощо;
- е) розрахунок кінцевих фінансових результатів.

Розрізняють два види стратегії страхової компанії – корпоративну та функціональну. Відповідно до першої визначається сегмент страхового ринку та перелік страхових послуг, що надаються. До функціональних стратегій належать маркетингова, фінансова, операційна та стратегії у сфері інформаційних технологій (ІТ-стратегія) та управління персоналом (HR-стратегія) (табл. 1). Визначальною серед функціональних стратегій страховика є фінансова, оскільки компанії з високим рівнем фінансової стійкості мають більше можливостей для задоволення страхових потреб своїх клієнтів та забезпечення відповідних умов для довгострокового розвитку власних працівників [1].

Недержавний пенсійний фонд (НПФ) за своєю сутністю є пасивним інвестором, проте навіть у межах жорстких лімітів та обмежень інвестиційна політика кожного фонду може відрізнятись.

Стратегії, пов'язані з інвестиційною діяльністю, визначаються тим, який рівень ризику забезпечує отриманий рівень доходності. Інновації у сфері управління пенсійними фондами сьогодні проявляються у таких стратегіях, як 1) регулярне інвестування значної частини коштів у хедж-фонди; 2) розроблення різних моделей використання еталонного індикатора (benchmark) з метою контролю за ризиком портфеля.

Інвестиційна діяльність НПФ передбачає таку інвестиційну стратегію, яка забезпечує механізм реалізації довгострокових загальних та інвестиційних цілей розвитку фонду; дає змогу реально оцінити інвестиційні можливості фонду, забезпечивши максимальне використання його внутрішнього інвестиційного потенціалу і можливість активного маневрування інвестиційними ресурсами; сприяє швидкій реалізації нових перспективних інвестиційних можливостей, що виникають у процесі динамічних змін факторів зовнішнього інвестиційного середовища; дає змогу враховувати заздалегідь можливі варіації розвитку неконтрольованих факторів зовнішнього інвестиційного середовища і тим самим звести до мінімуму негативні наслідки та можливі ризики для діяльності фонду; відображає порівняльні переваги НПФ в інвестиційній діяльності у зіставленні з конкурентами; забезпечує реалізацію інвестиційної політики в найбільш важливих стратегічних рішеннях;

забезпечує чіткий взаємозв'язок стратегічного, тактичного та оперативного управління інвестиційною діяльністю; дає змогу формувати критеріальні оцінки вибору фінансових інструментів для формування інвестиційного портфеля; забезпечує ефективний розподіл і використання наявних інвестиційних ресурсів; сприяє адаптації до зміни зовнішнього середовища (економічних змін, політичних чинників, демографічної ситуації) [8, 9, 15].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, усім фінансовим посередникам притаманний інвестиційний складник у стратегії, тому що саме через систему фінансових посередників на фінансовому ринку заощадження населення, нагромадження фірм та підприємств перетворюються на кредити й інвестиції для інших суб'єктів господарювання, що дає їм змогу задовольнити потребу в додаткових коштах з метою розширення діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Анжаурова І. Концептуальні засади стратегічного менеджменту страхової компанії як елемента сталого розвитку // Економічний аналіз. 2012 рік. Випуск 11. Частина 1. С. 66-69.
2. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия [Текст] / І. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
3. Бланк І.А. Основы финансового менеджмента. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. – Т. 1. – 592 с.
4. Васильченко В.А. Стратегічне управління [Текст]: навч. посібник / В.А. Васильченко, Т.І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003.
5. Добриніна Л.В. Формування та розвиток інвестиційних банків в Україні // Науковий вісник / Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2010. – № 17(118) – С. 29-43.
6. Еш С.М. Фінансовий ринок [навч. посіб.] / Еш С.М. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 528 с.
7. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы [Текст] / Б. Карлофф. – М.: Экономика, 1991.
8. Комплексна програма розвитку фінансового ринку України на 2015-2020 рр. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reforms.in.ua/Content/download/Reforms/Financial%20sector/Complex%20program%20finance.pdf>.
9. Левченко В.П. Діяльність фінансових посередників на ринку фінансових послуг України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
10. Мескон М. Основы менеджмента [Текст] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури: пер. с англ. – М.: Дело, 1998. – 704 с.
11. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку [Текст]: моногр. / А. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.
12. Николєнко Н.Н. Стратегическое управление страховой компанией [Електронний ресурс] / Н.Н. Николєнко – Режим доступу: <http://www.nnikolenko.com>.
13. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
14. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Текст]: учебн. / А.А. Томпсон, Тропіна В.Б. Фінансові посередники: основні тенденції розвитку в Україні / В.Б. Тропіна, Л.В. Лисяк // Економічний простір. – 2011. – № 50. – С. 178-184.
15. Школьник І.О. Фінансовий ринок України: сучасний стан і стратегія розвитку: монографія / І.О. Школьник. – Суми: Мрія, УАБС НБУ, 2008. – 348 с.