

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра «Банківська справа»  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис)  
“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 201\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
**зі спеціальності «фінанси та кредит»**

на тему: **«КРЕДИТУВАННЯ БАНКАМИ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ В  
УКРАЇНІ**

**Виконавець:**

студентка \_\_\_\_\_ факультету  
Сараєва Олена Романівна

**Науковий керівник:**

Д.е.н., професор  
(науковий ступінь, вчене звання)  
Кузнецова Людмила Вікторівна

ОДЕСА – 2019

## АНОТАЦІЯ

**Сараєва О.Р. Кредитування банками юридичних осіб в Україні.**

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «фінанси і кредит»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2019 рік

У роботі доведено, що корпоративний сегмент – юридичні особи відіграють важливу роль у діяльності банків України, про що свідчить частка кредитів і депозитів юридичних осіб у валюті їх балансів. Визначено, що діяльність банків з юридичними особами залишається ще недостатньо ефективною, адже частка непрацюючих кредитів, нині склала 41,0% у кредитних портфелях банків України. Окреслено, що проблеми обслуговування вітчизняними банками ще більш загострюються внаслідок суттєвих втрат доходів, що пов'язано з макроекономічною ситуацією в Україні, а також введенням більш жорстких вимог Базельського комітету з банківського нагляду, які стають для банківського бізнесу занадто дорогими під час їх імплементації.

Мета дипломної роботи – визначення особливостей сучасного кредитування клієнтів - юридичних осіб.

Об'єктом дослідження є економічні відносини, які виникають при кредитуванні банком його клієнтів - юридичних осіб.

Предметом дослідження є науково-методичне забезпечення процесів банківського кредитування юридичних осіб.

У роботі застосовано сукупність методів і підходів, що дало змогу реалізувати завдання роботи.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові документи, що регулюють кредитну діяльність банків, нормативні акти та статистичні дані Національного банку України, офіційна звітність банків України, наукові праці, монографії, наукові статті вітчизняних та зарубіжних вчених.

**Ключові слова:** банк, корпоративний клієнт, кредитування, непрацюючі кредити

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМВКИ</b>	
1.1. Корпоративний сегмент економіки банку як об'єкт банківського кредитування	5
1.2. Правове забезпечення кредитних віднощн банку з підприємствами реального сектору	13
Висновки до розділу 1	20
<b>РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРЕДИТУВАННЯ БАНКАМИ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ</b>	
2.1. Еволюція розвитку корпоративного сегменту банків України	22
2.2. Аналіз процесів кредитування вітчизняними банками підприємств реального сектору	35
2.3. Аналіз впливу зовнішнього середовища на кредитування банками юридичних осіб	44
Висновки до розділу 2	49
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КРЕДИТУВАННЯ РЕАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ</b>	
3.1. Розробка банківських кредитних стратегій фінансування реальної економіки	51
3.2. Використання іноземного досвіду для розробки оптимальної моделі кредитування банками клієнтів – фізичних осіб.	66
Висновки до розділу 3	72
<b>ВИСНОВКИ</b>	74
Список використаних джерел	76
Додатки	82

## ВСТУП

Кредитування банками юридичних осіб відіграє важливу роль у діяльності банків України, про що свідчить частка кредитів і депозитів юридичних осіб в їх кредитній та депозитній базах. Так, станом на 01.04.2019 р. частка кредитів, що надані банками України суб'єктам господарювання, становила 82,4% від усієї заборгованості клієнтів, а частка депозитів – 42,1%.

Діяльність банків у корпоративному сегменті залишається ще недостатньо ефективною, адже частка непрацюючих кредитів, які надані юридичним особам, нині склала 57,0% у кредитних портфелях банків України. Ситуація в кредитуванні корпоративних клієнтів вітчизняними банками ще більш загострюється внаслідок суттєвих втрат доходів, що пов'язано з макроекономічною ситуацією в Україні, а також введенням більш жорстких вимог Базельського комітету з банківського нагляду, які стають для банківського бізнесу занадто дорогими під час їх імплементації.

Окремі теоретичні аспекти взаємовідносин корпоративних клієнтів та банків, а також управління банком загалом розглядали вітчизняні вчені: Г. Бортніков, О. Вовчак, Т. Гулик, О. Дзюблюк, Л. Кузнєцова, І. Лютий, В. Міщенко, Л. Примостка, В. Тищенко, О. Унінець, В. Федірко, Я. Чайковський, Н. Шульга та ін.

Високо оцінюючи внесок вітчизняних і зарубіжних учених у розвиток теоретичної бази управління банком з позиції маркетингу та фінансів, слід відзначити, що в більшості наукових праць досліджувана проблема щодо кредитування корпоративних клієнтів розглядалася не у достатній мірі. Зокрема, це стосується теоретичних засад щодо формулювання цілей, завдань, принципів, об'єкту, суб'єкту та складових інфраструктури кредитування юридичних осіб банку.

Мета дипломної роботи – визначення особливостей сучасного кредитування клієнтів - юридичних осіб.

Реалізація поставленої мети обумовила необхідність вирішення таких наукових завдань:

- удосконалити тлумачення сутності понять «корпоративний клієнт банку», «група пов'язаних осіб»;
- розвинути класифікацію корпоративних клієнтів банку;
- узагальнити і систематизувати особливості кредитування юридичних осіб в банках України та визначити етапи його розвитку;
- розробити підхід до оцінки впливу макроекономічних змінних на кредитування банками юридичних осіб в Україні;
- удосконалити основні засади стратегічного управління кредитування корпоративного сегменту економіки України;
- визначити можливість використання зарубіжного досвіду для вдосконалення процесів кредитування банками юридичних осіб в Україні.

Об'єктом дослідження є економічні відносини, які виникають при кредитуванні банком його клієнтів - юридичних осіб.

Предметом дослідження є науково-методичне забезпечення процесів банківського кредитування юридичних осіб.

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження становили фундаментальні положення маркетингу, сучасні концепції банківського менеджменту, а також наукові дослідження вітчизняних і закордонних учених-економістів, присвячені проблемам управління банком у цілому та корпоративним його сегментом, зокрема.

**Інформаційну базу** дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові документи, що регулюють діяльність банків у корпоративному сегменті, нормативні акти та статистичні дані Національного банку України, Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України, офіційна звітність банків України, наукові праці, монографії, наукові статті вітчизняних та зарубіжних вчених.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження теоретико-методологічних засад управління корпоративним сегментом банку зроблені наступні висновки:

1. Корпоративним клієнтом банку є окремих або декілька пов'язаних між собою суб'єктів господарювання, що використовують будь-який продукт або послугу в банку, та ключовою метою діяльності якого є отримання прибутку. Група пов'язаних осіб являє собою тип корпоративного клієнта, який складається не з одного, а з кількох пов'язаних між собою суб'єктів господарської діяльності. Здійснено класифікацію корпоративних клієнтів банку за такими критеріями: обсягами діяльності, способом ведення діяльності, формою власності, галузевою приналежністю, ступенем залучення, видами наданих послуг, кредитоспроможністю, рівнем ризику, національною ознакою, типом суб'єкта господарювання та рівнем маржинального прибутку, серед яких останній є авторським напрацюванням.

2. Концептуальні положення результативності банку в корпоративному сегменті представлені складовими: умовами досягнення, факторами та відповідними індикаторами. Всі складові результативності банку в корпоративному сегменті логічно взаємопов'язані одна з одною, що дає змогу здійснювати інтегроване управління цим сегментом банківського бізнесу. Результативність конкретизується в умовах, які деталізуються у відповідних факторах. Останні відображаються в якісних характеристиках або кількісних параметрах, за якими встановлюються цільові значення.

3. Залежно від макроекономічної ситуації ідентифіковано етапи розвитку корпоративного сегмента в банках України, а саме: інституційного зародження, стагнації, активного зростання, системної кризи, поступового відродження та депресивного стану. Для кожного з етапів розвитку виявлено притаманні ознаки, зокрема: перша – гіперінфляція, затяжна економічна депресія; друга – падіння курсу гривні та криза ліквідності; третя – похвалення загальної ділової активності, кредитний бум в іноземній валюті, четверта – обвальна

девальвація гривні та суттєве зростання частки проблемних кредитів; п'ята – помірний позитивний розвиток; шоста – започаткування висхідного тренду.

4. За результатами аналізу макроекономічних змінних в Україні виявлено рівень впливу ринкового середовища на корпоративний сегмент банків. Помітно впливають на показники корпоративного бізнесу такі макроекономічні змінні, як: обсяг ВВП, індекс промислового виробництва, рівень безробіття, частка збиткових підприємств, грошова маса, стан платіжного балансу, відношення зовнішнього боргу до ВВП, ставки по кредитах та депозитах на міжбанківському ринку, рівень доларизації та обсяг продажів депозитних сертифікатів Національного банку України. При цьому курс долара має високий вплив на всі показники, що досліджувались.

5. Найбільш активними гравцями як на кредитному, так і депозитному ринках є державні банки та банки з іноземним капіталом. Лідерами в Україні щодо кредитування корпоративних клієнтів виступають іноземні банки, а стосовно залучення депозитів у цьому сегменті – державні банки. Банки України виявляють значний інтерес до розвитку свого корпоративного сегмента, що ілюструє середнє значення частки цього сегмента: в кредитному портфелі банків фокус-групи – 84% та депозитному портфелі банків – 50%. Банки активно використовують модель корпоративного сегмента, згідно з якою джерелом формування ресурсів виступають переважно кошти юридичних осіб, які спрямовуються в основному на їх кредитування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bernd, A. (2007). Die wertorientierte Bonitätsprüfung als Kernkompetenz im Firmenkundengeschäft. Nordhausen. 318 Seiten.
2. Brunner, W. (2014). Trends im Firmenkundengeschäft in Kreditinstituten. Bank-Verlag. 250 Seiten.
3. Bruno, A. and Leidecker, J. (1984). Identifying and using critical success factors. *In: Long Range Planning*, 17(1), P. 23–32.
4. Giacomo De Laurentis (2005), *Strategy and Organization of Corporate Banking*, Springer. 190 p.
5. Grimm, U. (1983). Analyse strategischer Faktoren – Ein Beitrag zur Theorie der strategischen Unternehmensplanung, (Gabler) Wiesbaden, S. 26
6. Hofer, Ch. and Schendel, D. (1978). *Strategy Formulation: Analytical Concepts*. St.Paul: West Publishing, 219 p.
7. Hölzer, K. (2014). Differenzierung im deutschen Firmenkundengeschäft. *Die Bank*. Köln, 4, p. 55–57.
8. Klenk, P. Moritz, & Prochnow, J.S. (2012). Die Erfolgstreppe der Kundenorientierung. *die Bank*, 6, S. 40–43.
9. Rockart, J. (1979). Chief Executives Define Their Own Information Needs. *In: Harvard Business Review*, March/April, P. 81–92.
10. Schmid M. (2003). Inhalt und Bedeutung des Firmenkundengeschäfts, Abgabe Hochschule Landshut Deutschland, 184 Seiten.
11. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента. СПб.: ПИТЕР, 2008. 544 с.
12. Бортніков Г. П. Фінансова підтримка кредитування малого та середнього бізнесу за допомогою державних гарантій. *Фінанси України*. 2018. № 8. С. 75–90.
13. Бортніков Г. П., Панасенко Г. О. Модель бізнесу українських банків в залученні коштів клієнтів. *Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем*. 2016. Вип. 21. С. 228–254.



14. Бортніков Г. П., Любіч О. О. Удосконалення процесу розробки стратегії розвитку банківського сектору України. *Фінанси України*. 2016. № 9. С. 29–52.
15. Босовська М. В., Мазаракі А. А., Теоретичні та методологічні засади формування інтеграційної стратегії підприємств. *Бізнес Інформ*. 2013. № 7. С. 299–308. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2013\\_7\\_54](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_7_54).
16. Господарський кодекс України від 16.01.2003. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
17. Гулик Т. Тенденції розвитку ринку банківських послуг з кредитування корпоративних клієнтів в Україні. *Банківська справа*. 2007. № 6. С. 12–25.
18. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 440 с.
19. Домовец И. В. Гражданско-правовое регулирование активных банковских операций с участием корпоративных клиентов: дис.... канд. юрид. наук: 12.00.03, Москва, 2007, 199 с. РГБ ОД, 61:07-12/1132.
20. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
21. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.2009. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
22. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
23. Закон України «Про інститути спільного інвестування» від 05.07.2012. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
24. Закон України «Про іпотечні облігації» від 22.12.2005. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
25. Закон України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
26. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

27. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию; пер. с англ. 2-е изд., испр. и доп. М.: Олимп-Бизнес, 2004. 320 с.
28. Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Дуброва О. С., Вакуленко А. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2008. 520 с.
29. Климушка Т. Підходи до сегментації корпоративних клієнтів банків. *Банківська справа*. 2007. № 2. С. 37–44.
30. Краевая А. Прибыльность как категория для сегментации клиентов. *Банковская практика за рубежом*. 2007. №12(108). С. 40–43.
31. Кузнецова Л. В. Банківське кредитування корпоративного сектору економіки в умовах циклічності: монографія. Одеса : Видавництво «Атлант». 2018. 384 с.
32. Кузнецова Л. В. Діяльність банків на кредитному ринку в умовах асиметрії інформації: монографія. Одеса : Видавництво «Атлант». 2015. 360 с.
33. Кузнецова Л. В. Методичні основи розробки стратегії розвитку корпоративного кредитування в банку. *Збірник наукових праць ЧДГУ. Серія «Економічні науки»*. Випуск 47 (61). 2017. С. 90–97.
34. Лаврененко В. В. Концепція ключових показників ефективності (КПІ) в управлінні підприємствами. *Стратегія економічного розвитку України*. 2010. Вип. 26–27.
35. Лаврушин О. И. Банковское дело. М.: Кнорус. 2009. 768 с.
36. Литвинцева А. М. Разработка моделей оценки эффективности деятельности банка по работе с корпоративными клиентами: дисс. ... канд. экон. наук. М., 2011. 127 с.
37. Лютий І. О., Солодка О. О. Банківський маркетинг : підручник. Київ: ЦУЛ, 2009. 776 с.
38. Мазаракі А.А., Мошек Г.Є., Гомба Л.А. та ін. Менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. Київ: Атіка, 2007. 564 с.

39. Макаров И. С. Управление рисками группы связанных заемщиков в системе риск-менеджмента банка: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.10. М., 2013.
40. Масленченков Ю. С., Тронин Ю.Н. Работа банка с корпоративными клиентами: учеб. пособие для вузов. М.: Юнити-Дана, 2003. 358 с.
41. Маслова Н. О. Теоретичні аспекти обслуговування корпоративних клієнтів банку. Молодий вчений. 2015. № 7(1). С. 87–91. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2015\\_7%281%29\\_\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_7%281%29__19)
42. Методичні рекомендації в сфері банківського регулювання Базель II. URL: [http://www.bis.org/list/bcbs/page\\_1.htm](http://www.bis.org/list/bcbs/page_1.htm).
43. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку № 24 «Розкриття інформації про зв'язані сторони». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
44. Міжнародний стандарт фінансової звітності 8 (МСФЗ 8) «Операційні сегменти». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
45. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» №73 від 07.02.2013. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
46. Основні принципи ефективного банківського нагляду (Основні Базельські принципи). URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=45251>.
47. Офіційний сайт Bain & Company: Дослідження Corporate-Banking: Der Kampf um den Mittelstand. Die Stude. 2012. URL: [http://www.bain.de/Images/BainBrief\\_Corp.Banking\\_Kampf%20um%20den%20Mittelstand\\_Final.pdf](http://www.bain.de/Images/BainBrief_Corp.Banking_Kampf%20um%20den%20Mittelstand_Final.pdf).
48. Офіційний сайт Асоціації німецьких банків (BDB). URL: <https://bankenverband.de>.
49. Офіційний сайт німецького Інституту досліджень малого та середнього бізнесу URL: <http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-des-ifm-bonn>.
50. Офіційний сайт німецької Асоціації ощадних та розрахункових банків (DSGV). URL: <http://www.dsgv.de>.
51. Офіційний сайт ПАТ «Альфа–Банк». URL: <https://alfabank.ua>.

52. Офіційний сайт ПАТ «ВТБ Банк». URL: <https://vtb.ua>.
53. Офіційний сайт ПАТ «Креді Агріколь Банк». URL: <https://credit-agricole.ua>.
54. Офіційний сайт ПАТ «ОТП Банк». URL: <http://www.otpbank.com.ua>.
55. Офіційний сайт ПАТ «Райффайзен Банк Аваль». URL: <http://www.aval.ua>.
56. Офіційний сайт ПАТ «Сбербанк». URL: <https://www.sberbank.ua>.
57. Офіційний сайт ПАТ «Укрсиббанк». URL: <http://www.ukrsibbank.com>.
58. Офіційний сайт Федеральної асоціації німецьких кооперативних банків (BVR). URL: <https://www.bvr.de>.
59. Парасій-Вергуненко І.М. Методика аналізу клієнтської бази банку. / *Фінанси України*. 2005. № 10. С. 68–75.
60. Перелік діючих банків в Україні станом на 1 липня 2017 року. URL: <https://bank.gov.ua>.
61. Податковий кодекс України від 02.12.2010. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
62. Постанова Правління Національного банку України «Про затвердження Положення про визначення пов'язаних із банком осіб» № 315 від 12.05.2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
63. Постанова Правління Національного банку України «Про схвалення Методичних рекомендацій щодо порядку складання приміток до фінансової звітності банків України» № 965 від 29.12.2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
64. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку. 2-ге вид., доп. і перероб. Київ: КНЕУ, 2004. 468 с.
65. Рекомендація Комісії 2003/361/ЄС від 6 травня 2003 року щодо виділення мікро-, малого і середнього бізнесу. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:de:PDF>.
66. Рішення Правління Національного банку України «Про розподіл банків на групи на 2017 рік» № 76-рш від 10.02.2017. URL : <http://bank.gov.ua>.
67. Саркисянц А. Анализ клиентской базы в коммерческом банке. *Бухгалтерия и банки*. 2007. №11. С. 23–31.

68. Серов Е. Р. Организация работы с корпоративными клиентами как важный элемент повышения эффективности предпринимательской деятельности кредитных организаций. *Проблемы современной экономики*. 2012. №1 (41). С. 165–172.
69. Сотнікова Д. В. Ідентифікація поняття стратегічних ресурсів підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. № 10.
70. Стоян И. И. Развитие взаимоотношений коммерческих банков с корпоративными клиентами : дисс.... канд. экон. наук : 08.00.10. Ставрополь, 2006, 221 с. РГБ ОД, 61:06-8/4543.
71. Тихомирова Е. В. Модернизация российского рынка кредитных банковских продуктов для корпоративных клиентов: дисс. ... канд. экон. наук. СПб., 2012. 424 с.
72. Тютюнник А. В., Машонская К. И. Система сбалансированных показателей в банке – миф или необходимость? *Управление в кредитной организации*. 2009. № 3.
73. Унинець О. М. Сегментування як засіб розширення клієнтської бази банків. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право)*. 2013. № 3. С. 142–148. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu\\_2013\\_3\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2013_3_21).
74. Федірко В. В. Визначення критеріїв сегментації клієнтів банку: проблеми та перспективи. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2009. № 7. С. 32–37.
75. Цивільний кодекс України від 16.01.2003. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
76. Черкес Р. Б. Сегментування ринку як умова підвищення якості обслуговування клієнтів банківських установ. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6, Т. 4. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_6\\_4/142-147.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/142-147.pdf)
77. Шимкович В. Классификация клиентов как средство увеличения прибыли. *Банк. практика за рубежом*. 2005. № 10 (82). С. 40–46.