



VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

VERSLO VADYBOS FAKULTETAS

VERSLO EKONOMIKOS KATEDRA

Donatas Dudutis

BANKO VERSLO VEIKLOS PLĖTROS PLANAVIMAS

BANK BUSINESS ACTIVITY DEVELOPMENT PLANNING

Baigiamasis magistro darbas

Inžinerinė ekonomika ir vadyba

Ekonomika

Vadovas: prof. hab. dr. L. Simanauskas

VILNIUS

2001

ANOTACIJA

Vilniaus Gedimino technikos universitetas
Verslo vadybos fakultetas
Verslo ekonomikos katedra

ISBN ISSN
Egz. sk.: 3
Data: 2000 05 13

Magistrantūros baigiamasis darbas (tezės)
Banko verslo veiklos plėtros planavimas

Donatas Dudutis

Kalba

- lietuvių
 užsienio

Šio magistro baigiamojo darbo pagrindinė tema yra banko, kaip verslo subjekto, veiklos plėtra.

Magistro tezių tikslas - identifikuoti esminius banko, kaip ūkio subjekto, verslo veiklos plėtros veiksnius.

Atlikus tyrimus gauti tokie rezultatai: a) apibūdinta bankininkystė kaip verslo veiklą bei banką kaip verslo subjektą; b) išanalizuotos verslo plėtros teorinės bei praktines problemas, apibendrintos esminės verslo augimo strategijos; c) nustatytos rinkos tyrimų vieta ir reikšmė verslo bei verslo projektų vystymui ar plėtrai; d) atlikta empirinę komercinių bankų veiklos aplinkos analizę; e) identifikuotos esminės bankų verslo plėtros kryptys.

Autoriaus nuomone, pagrindinės Lietuvos bankų verslo plėtros kryptys yra šios: a) išvestinių valiutos keitimo sandorių diegimas ir populiarinimas; b) internetinės bankininkystės sistemų kaip papildomo bankinių produktų pardavimo kanalų diegimas ir plėtra ir c) mažmeninio kreditavimo produktų kūrimas, diegimas ir populiarinimas.

Reikšminiai žodžiai: bankas, verslo plėtra, išvestiniai produktai, internetinės bankininkystės sistema, mažmeninis kreditavimas

ABSTRACT

Vilnius Gediminas Technical University
Business Management Faculty
Business Economics Department

ISBN ISSN
No. of copies: 3
Date: 2000 05 13

Masters' thesis
Bank business activity development planning

Donatas Dudutis

Language
 Lithuanian
 foreign

The main theme of the masters final work was business development of bank as business subject.

The main aim of the master's thesis was to identify main business development factors of a bank as a business activity subject.

During performed research the following was done: a) banking as a type of business activity and a bank as a business subject was described; b) the main academic and practical problems of business development, main strategies of a business expansion summarized; c) a place and a significance of a market research in business and project development was defined; d) an empyrical business environment analysis of commercial banks was performed; e) main business development directions of banks business development were identified.

In author's opinion the main directions of banks business development are: a) development and marketing of a currency exchange derivatives (forwards, swaps and options); b) development of internet banking systems as supplemental channels of banking products marketing; c) development, implementation and marketing of retail banking products (retail loans).

Keywords: bank, business development, derivatives, internet banking system, retail banking

TURINYS

PAVEIKSLŲ IR LENTELIŲ SĄRAŠAI.....	6
SANTRUMPOS.....	7
ĮVADAS.....	8
1. BANKININKYSTĖS KAIP VERSLO VEIKLOS BEI BANKO KAIP VERSLO SUBJEKTO APIBŪDINIMAS.....	11
1.1. Bankininkystės istorijos santrauka.....	11
1.2. Dabartinė bankų reguliavimo struktūra JAV.....	15
1.3. Bankas - verslo subjektas.....	16
2. BANKO KAIP VERSLO SUBJEKTO VERSLO VEIKLOS PLĖTRA.....	18
2.1. Verslo plėtros samprata.....	18
2.1.1. Verslo gyvavimo stadijos.....	18
2.1.2. Verslo plėtra.....	19
2.2. Verslo planų rengimo praktika ir aktualios problemos.....	20
2.3. Verslo augimo strategijos.....	23
3. RINKŲ TYRIMAS - KAIP ESMINĖ VERSLO PROJEKTO SĖKMINGO ĮGYVENDINIMO SĄLYGA.....	26
3.1. Rinkos tyrimų samprata ir reikšmė.....	26
3.2. Rinkų tyrimų atlikimas.....	27
3.2.1. Vartotojų analizė ir rinkos segmentacija.....	29
3.2.2. Paklausos įvertinimas ir tikslinių rinkų atrinkimas.....	30
3.2.3. Rinkos charakteristika.....	31
3.2.4. Realizacijos kanalų analizė.....	33
3.2.5. Įmonės konkurencingumo analizė.....	34
3.2.6. Socialinės-ekonominės aplinkos analizė.....	35
3.2.7. Korporatyvinė (įmonės vidaus) analizė.....	37
3.2.8. Prognozuojamos marketingo informacijos įvertinimas.....	37
4. EMPIRINĖ KOMERCINIŲ BANKŲ VEIKLOS APLINKOS ANALIZĖ.....	40
4.1. Teisinė aplinka.....	40
4.1.1. Bendros pastabos.....	40
4.1.2. Banko operacijos.....	41
4.1.3. Bankų veiklos riziką ribojantys normatyvai.....	42
4.1.4. Komercinių bankų veiklos priežiūra ir poveikio priemonės.....	43
4.2. Ekonominė aplinka.....	44
4.2.1. Bendrasis vidaus produktas.....	45
4.2.2. Užsienio prekyba.....	45
4.2.3. Infliacija.....	46
4.2.4. Užimtumas ir nedarbas.....	46
4.2.5. Investicijų dinamika.....	47
4.3. Bankininkystės sektoriaus analizė.....	48
4.3.1. Bendra apžvalga.....	48
4.3.2. Pagrindiniai bankų veiklos rodikliai.....	49
4.3.3. Rezidentų indėlių struktūra.....	49
4.3.4. Paskolų rezidentams struktūra.....	51
4.3.5. Palūkanų normos.....	52
4.3.6. Lietuvos komercinių bankų rodiklių lyginamoji analizė.....	53

5. NAUJŲ BANKINIŲ PRODUKTŲ DIEGIMAS KAIP BANKŲ VERSLO PLĖTROS PAGRINDAS	55
5.1. Išvestiniai valiutos keitimo produktai.....	55
5.1.1. Išvestinių vertybinių popierių istorijos santrauka.....	55
5.1.2. Valiutos rizika.....	58
5.1.3. Valiutų kurso prognozavimas.....	59
5.1.4. Forvardai, svopai, opcionai.....	60
5.1.5. Forvardų ir opcionų panaudojimo sritys.....	65
5.1.6. Lietuvos žemės ūkio bankas - lyderis išvestinių valiutos keitimo produktų srityje..	66
5.2. Internetinės bankininkystės sistema.....	68
5.2.1. Pagrindinių IBS savybių apžvalga.....	68
5.2.2. IBS saugumas.....	70
5.2.3. IBS bankinių produktų pardavimo (distribucijos) kanalai.....	73
5.2.4. IBS loginė schema.....	74
5.2.5. Lietuvos bankuose naudojamų internetinės bankininkystės sistemų analizė.....	75
5.3. Naujos kreditavimo paslaugos.....	77
5.3.1. Kredito esmė ir kreditavimo procesas.....	77
5.3.2. Kredito funkcijos ir principai.....	80
5.3.3. Bankinis kreditas.....	82
5.3.4. Inovacijos bankinio kreditavimo srityje	85
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI.....	87
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	88
KITŲ INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SĄRAŠAS.....	91

PAVEIKSLŲ IR LENTELIŲ SĄRAŠAI

Paveikslai

Pavadinimas	Psl.
1. pav. JAV bankus reguliuojančios institucijos.....	15
2. pav. Verslo gyvavimo ciklo stadijos.....	18
3. pav. Įmonės augimo strategijos.....	23
4. pav. Rinkos ir marketingo tyrimų integracijos schema.....	28
5. pav. Sektoriaus gyvavimo ciklas.....	36
6. pav. Nedarbo lygio dinamika 1992 - 2000 metais.....	47
7. pav. IBS saugumo schema.....	73
8. pav. IBS loginė schema.....	74
9. pav. Skolintos vertės judėjimas.....	79

Lentelės

Pavadinimas	Psl.
1. lentelė. Bendrasis vidaus produktas.....	45
2. lentelė. Metinės infliacijos kitimas 1996 - 2000 metais.....	46
3. lentelė. Vidutinis metinis nedarbo lygis Lietuvoje 1996 - 2000 metais.....	46
4. lentelė. Komerciniai bankai ir jų padaliniai.....	48
5. lentelė. Pagrindiniai bankų rodikliai.....	49
6. lentelė. Rezidentų indėlių struktūra grąžinimo terminais (procentais).....	50
7. lentelė. Paskolų struktūra grąžinimo terminais (procentais).....	51
8. lentelė. Vidutinės rezidentų indėlių bei paskolų metų palūkanų normos.....	52
9. lentelė. Pagrindiniai bankų veiklos rodikliai (tūkst. Lt).....	53
10. lentelė. Opciono vertės priklausomybė nuo atskirų veiksnių.....	64
11. lentelė. Lietuvos komercinių bankų IBS galimybės.....	75

SANTRUMPOS

AB	Akcinė bendrovė
BVP	Bendrasis vidaus produktas
CB	Centrinis bankas
CME	Čikagos prekybinė birža (Chicago Mercantile Exchange)
ES	Europos Sąjunga
EUR	Europos Sąjungos piniginis vienetas
FIDK	Federalinė indėlių draudimo korporacija
FRS	Federalinė rezervų sistema
HB	Hanzabankas
IBS	Internetinės bankininkystės sistema
JAV	Jungtinės Amerikos Valstijos
KB	Komercinis bankas
LB	Lietuvos bankas
LBV	Lietuvos banko valdyba
LRV	Lietuvos Respublikos Vyriausybė
LTB	Lietuvos taupomasis bankas
LŽŪB	Lietuvos žemės ūkio bankas
MB	Medicinos bankas
NVS	Nepriklausomų valstybių sandrauga
ŠB	Šiaulių bankas
USD	JAV piniginis vienetas
VB	Vilniaus bankas

IVADAS

Bankininkystės vystymosi istorijos pradžia siekia daugelį šimtmečių atgal. Bankų įsteigimas buvo racionalus prekybininkų, auksakalių ir kitų verslo sričių atstovų sprendimas. Bankų įsteigimas, visų pirma kaip deponavimo bei kreditavimo paslaugų subjektų, žymiai palengvino prekybinius atsiskaitymus, davė pradžią kitų bankinių paslaugų vystymuisi, inspiravo bankininkystės, finansų, ekonomikos, matematikos, teisės ir kitų paralelinių mokslo šakų vystymąsi. Bankai kaip verslo subjektai vystėsi tobulindami ir plėsdami savo veiklos sritis / paslaugas, siekiant pagrindinio tikslo - pelno, tenkinant finansinius, savo bei įvairaus pobūdžio klientų poreikius. Tai atitinka marketingo koncepciją - atskirų individų ar organizacinių subjektų siekimą savų asmeninių poreikių, tenkinant kitų individų ar įvairaus pobūdžio organizacijų poreikius.

Kaupiantis patirčiai bankininkystės srityje, iškilo poreikis kontroliuoti, reguliuoti bankininkystės sistemą, siekiant jos dalyvių veiklos efektyvumo, finansinio saugumo bei kitų ekonominių ar socialinių tikslų. Tuo būdu atsirado valstybėse centriniai bankai, atsakingi bei vykdanys monetarinę politiką. Kartu su bankininkyste vystėsi paralelinės veiklos bei organizacijos tos veiklos įgyvendinimui. Tai būtų įvairios vietinės / nacionalinės ar tarptautinės ekonominės, politinės, teisinės bei socialinės organizacijos, siekiančios pelno arba kitokio pobūdžio tikslų. Pavyzdžiais galėtų būti Pasaulio bankas, Europos Centrinis bankas, Londono tarptautinė ateities kontraktų birža, Europos Rekonstrukcijos ir Plėtros Bankas, ofšorinės kompanijos ir bankai bei kitos įvairaus pobūdžio organizacijos. Sparčiai besivystančių informacinių technologijų ir telekomunikacijų poveikis taip pat akivaizdus. Jis pasireiškia kaip finansų rinkų integracija, smulkių subjektų galėjimas dalyvauti pasaulio pinigų bei kapitalo rinkose, transakcijų kaštų žymus sumažėjimas, padidėjusi konkurencija tarp finansines / bankininkystės / investavimo ir kt. paslaugas teikiančių organizacijų, ko pasėkoje laimi paminėtųjų paslaugų vartotojai / klientai. Demonopolizacija veda prie kainų kritimo, tačiau tai dar nereiškia grynosios konkurencijos atsiradimą

finansinėje rinkoje - neretai daug efektyviau ekonominiu / pelno aspektu yra oligopolijos modelis, pavyzdžiui biržų atveju. Finansų rinkos globalizacija bei integracija tarp atskirų jos sričių taip pat įtakota bendrai visų ekonomikos procesų globalizacija, tai yra gamybos, prekybos, transporto sistemų ir pan. Tai atitinka ekonomiškumo, kaštų mažinimo principus pateiktus merkantilistų absoliutinio pranašumo, klasikų santykinio pranašumo bei kitose vėlesnėse teorijose, argumentuojančiose už kapitalo (žmogiško, finansinio, materialinio) naudojimo globalizaciją ir tarptautinę prekybą. Šių procesų rezultatai yra naudingos visoms šalims - dalyvėms.

Šio darbo pagrindinė tema yra banko, kaip verslo subjekto, veiklos plėtra. Istorinė bankų veiklos plėtra yra išdėstyta pirmojoje dalyje. Kaip jau buvo minėta, bankai plėtė savo veiklą, siekdami pelno tikslų, ką įgalino pasiekti sugebėjimas derintis prie kintančios aplinkos, tenkinti klientų poreikius tobulinant jau teikiamas paslaugas, o taip pat ir siūlant naujas.

Banko verslo veiklos plėtra yra aktuali tiek akademinė, tiek praktinė problema, kadangi Lietuvos bankininkystės sistemoje stebima labai stipri konkurencija, tiek verslo subjektų, tiek ir gyventojų aptarnavimo srityse.

Šio darbo tikslas - identifikuoti esminius banko, kaip ūkio subjekto, verslo veiklos plėtos veiksnius.

Magistro tezėse keliami tokie uždaviniai:

- 1) apibūdinti bankininkystę kaip verslo veiklą bei banką kaip verslo subjektą;
- 2) išanalizuoti verslo plėtos teorines bei praktines problemas, apibendrinti esmines verslo augimo strategijas;
- 3) nustatyti rinkos tyrimų vietą ir reikšmę verslo bei verslo projektų vystymui ar plėtrai;
- 4) atlikti empirinę komercinių bankų veiklos aplinkos analizę;
- 5) identifikuoti esmines bankų verslo plėtos kryptis.

Pagrindiniai darbe naudoti metodai buvo loginė analizė, literatūros bei statistinių duomenų analizė.

Pagrindinės darbe iškelta užduotys įgyvendintos.

Praktinė darbo nauda yra ta, kad yra identifikuotos esminės banko kaip verslo subjekto plėtros kryptys, t.y.:

- 1) išvestinių valiutos keitimo sandorių (forvardų, svopų, opcionų) diegimas ir populiarinimas;
- 2) internetinės bankininkystės sistemų kaip papildomo bankinių produktų pardavimo kanalų diegimas ir plėtra;
- 3) mažmeninio kreditavimo produktų kūrimas, diegimas ir populiarinimas.

Darbą sudaro įvadas, penki skyriai, išvados ir pasiūlymai bei literatūros sąrašas. Darbo apimtis 91 psl.

1. BANKININKYSTĖS KAIP VERSLO VEIKLOS BEI BANKO KAIP VERSLO SUBJEKTO APIBŪDINIMAS

1.1. Bankininkystės istorijos santrauka

Istoriškai komerciniai bankai labai skiriasi nuo taupomųjų organizacijų [38; 54]. Pirmiausia, jų funkcijos buvo surinkti pinigus atidarant čekines sąskaitas ir paskirstyti juos kaip verslo paskolas. Tuo tarpu taupomųjų organizacijų pagrindinė funkcija buvo rinkti pinigus terminuotųjų indėlių, tai yra, indėlių, kuriems negalima išrašyti čekių, forma ir paskirstyti pirmiausia kaip paskolas gyventojams, dažniausiai už užstatą.

Dar visai neseniai, 8-tojo dešimtmečio viduryje, šeimos paprastai turėdavo sąskaitą 1 banke, negaudamos jokių palūkanų, o santaupas dėdavo į palūkanas duodančią sąskaitą banke ar taupomojoje organizacijoje. Vėliau skirtumas tarp bankų ir taupomųjų organizacijų sumažėjo [36; 78]. Komerciniai bankai vis daugiau paskolų duoda namų ūkiams, ir dabar terminuotųjų indėlių jie tu daugiau negu 2 kartus daugiau nei čekinių indėlių. Antra vertus, taupomosios organizacijos vis daugiau paskolų duoda verslui, be to, priima čekinius indėlius. Tiesa, kai kurios iš jų į savo pavadinimą įrašė žodį bankas. Bet vis dėl to bankai daugiau skolina verslui, o taupomosios organizacijos labiau orientuojasi į hipotekines paskolas ir terminuotuosius indėlius.

Bankininkystė yra sena veiklos rūšis. Paskolas teikiantys bei užsienio valiutas keičiantys bankai egzistavo dar senovės Babilone ir antikinėse civilizacijose, ypač Romoje.

Šiuolaikinė bankininkystė prasidėjo renesanso laikų Italijoje, kur bankai, be užsienio valiutos pirkimo ir pardavimo, dar priimdavo indėlius iki pareikalavimo bei taupomuosius indėlius [31; 47]. Indėlių pervedimo nurodymas būdavo duodamas žodžiu, savininkui priėjus prie savo darbo stalo sėdinčio bankininko; taip buvo ir vėliau, kai čekiai jau buvo žinomi.

Anglijoje bankininkystė išsivystė iš auksakalių, kurie priimdavo auksą ir sidabrą, tradicijų. Jie jau tada suprato, jog gali skolinti tiek pinigų, kad kita dalis liktų kaip atsarga, mat tikimybė, kad visi klientai gi pareikalauti gražinti pinigus vienu metu, yra maža. Jie duodavo indėlininkams pakvitavimus, kuriuos jie galėdavo perleisti kitiems žmonėms. Kad tokias operacijas būtų patogiau atlikti, pakvitavimuose buvo rašomos apvalios sumos. Taip tie pakvitavimai tapo privačiais banknotais, t.y. banko išleistais ir pareikalavus apmokamais piniginiiais ženklais.

Kolonijinio laiko Amerikoje pirmasis atitinkantis šiuolaikinį supratimą bankas buvo Šiaurės Amerikos Bankas, įkurtas 1782 metais. Vėliau, laikui einant, bankininkystė plito, buvo registruojama vis daugiau ir daugiau bankų, kai kurie iš jų buvo valstijų nuosavybė. Tarp 1781 ir 1861 metų buvo įsteigta daugiau kaip 2500 bankų, bet daugelis iš jų nebu gyvybingi; beveik du penktadaliai iš jų per dešimtį metų nuo įkūrimo dienos turėjo užsidaryti [35; 98].

1791 metais Aleksanderio Hamiltono reikalavimu Kongresas laikinai įsteigė nacionalinį banką – Jungtinių Valstijų Pirmąjį Banką, kuris iš dalies priklausė federalinei vyriausybei. Šis bankas, būdamas daug didesnis už valstijų bankus, laikė federalinės vyriausybės indėlius ir pervesdavo pinigus į įvairias šalies vietas. Jis taip bandė drausminti valstijų bankus, išleidusius per daug banknotų, atsisakyti priimti jų banknotus mokėjimams ar rinkti juos ir paskui nelaimingajam bankui pateikti visus iš karto išmokėti auksu.

Argumentai, teigiantys, kad Pirmasis Bankas turi per didelę monopolinę jėgą, XIX a. pradžioje nulėmė tai, jog Kongresas neatnaujino Pirmojo Banko statuto.

1816 metais buvo įsteigtas Jungtinių Valstijų antrasis bankas, kuriame federalinė vyriausybė turėjo penktadalį akcijų; tuo būdu ji turėjo teisę skirti penktadalinį direktorių. Nors ir Bankas atliko didelį darbą pažabodamas valstijų bankus, jo statusas nustojo galioti 1836 metais. Taip atsitiko iš dalies dėl to, jog prezidentas A. Džeksonas buvo nusistatęs prieš ekonominės galios koncentraciją Šiaurės rytuose, o taip pat jis buvo prezidento Nikolo Bidlio priešininkas [32].

Iki XIX amžiaus 4-tojo dešimtmečio valstijos galėjo registruoti bankus tik išleisdamos specialųjį teisinį aktą. Dėl to įsigalėjo korupcija ir favoritizmas. 1837 metais Mičigano valstija įsivedė naują sistemą, vadinamąją laisvą bankininkystę. Pagal šią schemą kiekvienas, kas atitinka tam tikrus gana liberaliai nustatytus reikalavimus, galėjo steigti banką, leisti banknotus bei priimti indėlius. Tuo metu jau bu labai paplitę čekiai. Laisvoji bankininkystė padėjo išvengti buvusios sistemos skandalų, bet sukėlė naujų problemų. Buvo pristeigta daug naujų bankų, šie leido savo banknotus; atsiradus tiek daug banknotų, jį buvo sunku atskirti tikrus banknotus nuo suklastotųjų ar išleistų neegzistuojančių bankų. Be to, kai kurių nepakankamai patikimų sričių toli esančių bankų banknotai cirkuliavo, turėdami mažesnę nei nominalią vertę. Bankų bankrotai taip pat buvo įprastas reiškinys. Dauguma žlugusių bankų sugebėdavo apmokėti didelę dalį savo banknotų nominalios vertės. Be to, dažnai banknotai nebuvo tyčia daromi visuomenei apgauti, jie nebuvo ir per didelės rizikos padarinys. A. Rolnikas ir V. Veberis iš Mineapolio federalinio rezervų banko teigė, jį tą dalyką sąlygojo valstybinių obligacijų kainų kritimas, o tos obligacijos pagal įstatymą turėjo būti banknotus leidžiančių bankų garantija.

Dėl šių problemų bei dėl to, jį reikėjo kurti papildomą valstinių obligacijų rinką Pilietiniam karui finansuoti, Kongresas įsteigė Nacionalinę Bankų sistemą, kuri pradėjo veikti, paskelbus 1863 metų Nacionalinės valiutos aktą, kuris vėliau buvo pakeistas ir pavadintas Nacionalinės Bankininkystės aktu. Visų federalinės vyriausybės reguliuotų nacionalinių bankų banknotai buvo suvienodinti; tie banknotai buvo lygiai patikimi, nes visi nacionaliniai bankai už kiekvienus devynis dolerius išleistų banknotų privalėjo deponuoti Valiutos kontrolierių įstaigoje dešimties dolerių vertės federalinės vyriausybės obligacijų -

Bankas įdeda 1 \$ kapitalo->

Pasiskolina 9 \$ iš indėlininkų

Laiko 10 \$ vertės vyriausybės obligacijas

Jeigu toks bankas būtų žlugęs, nacionalinių banknotų savininkams nuostolius būtų padengęs Valiutos kontrolierius iš banko deponuotų obligacijų.

Valstijų reguliuotų bankų banknotų leidimui kelių užkirto įvestas 10 proc. metinis mokestis už išleistus banknotus. Taigi buvo sukurta visiškai kitokia negu buvusieji banknotai valiuta, vienoda ir tvirta, visoje šalyje priimama nominalia (t.y. visa) verte. Nuo tol lėšos galėjo būti pervedamos visoje šalyje su mažomis išlaidomis, ne didesnėmis už banknotų pervežimo kainą, o neretai ir dar mažesnėmis. Valstijų bankai neišnyko, jie nors ir nebegalėjo leisti banknotų, pradėjo priiminėti vidutinio ilgumo terminų terminuotuosius piniginius indėlius [22; 174].

Federalinė vyriausybė, norėdama sumažinti nuostolius dėl bankroto, reikalavo, kad nacionaliniai bankai laikytų rezervus indėliams apsaugoti. Kai kurie iš tų rezervų turėjo būti laikomi banko saugyklose valiuta, bet bankai taip pat galėjo didelę dalį savo rezervų laikyti deponavę kituose didžiųjų miestų bankuose. To dar negalima laikyti tobula finansinio saugumo sistema.

Nebu centrinio banko, kuris būtų galėjęs paveikti pinigų pasiūlą taip, kad atitiktų pinigų paklausą, taigi pinigų pasiūla negalėjo būti padidinta tiek, kiek bu padidėjusi jų paklausa. Taip buvo reiškiamas dar vienas nepasitenkinimas – fininės panikos metu nėra prieinamų pinigų šaltinių, jog būtų galima patenkinti padidėjusią pinigų paklausą; o indėlininkai bijodami banko bankroto, bandydavo savo indėlius paversti grynaisiais pinigais. Bankrotai buvo nereti.

1907 metais padėtis labai pablogėjo, be to, jau ir anksčiau buvo nepasitenkinimo bankų sistema, todėl buvo sudaryta Nacionalinė Pinigų komisija. Gerai ištyrus padėtį, ji rekomendavo sukurti centrinio banko sistemą. Bet dėl centrinio banko steigimo kilo didžiulis pasipriešinimas, mat nuogaustauta, kad jis bus valdomas bankininkų ir susidarys bankų kartelis.

Nacionalinę bankų sistemą užgriuvusias problemas buvo siekta išspręsti keliais būdais. Užtuot keliavęs per visą bankų grandinę, čekių kliringas nuo tol galėjo būti atliekamas per Federalinius rezervus. Privalomuosius rezervus turėjo laikyti Federaliniai rezervai, o ne kiti bankai (vėliau bankams buvo leidžiama laikyti rezervus savo saugyklose). Sudarius galimybes bankams skolintis iš Federalinių rezervų, pinigų pasiūla tapo jautresnė pinigų paklausai. Bet tikslas padidinti bankų saugumą liko neįgyvendintas. 1931-1933 metais bankrutavo daugiau bankų negu bet kuriuo kitu laikotarpiu.

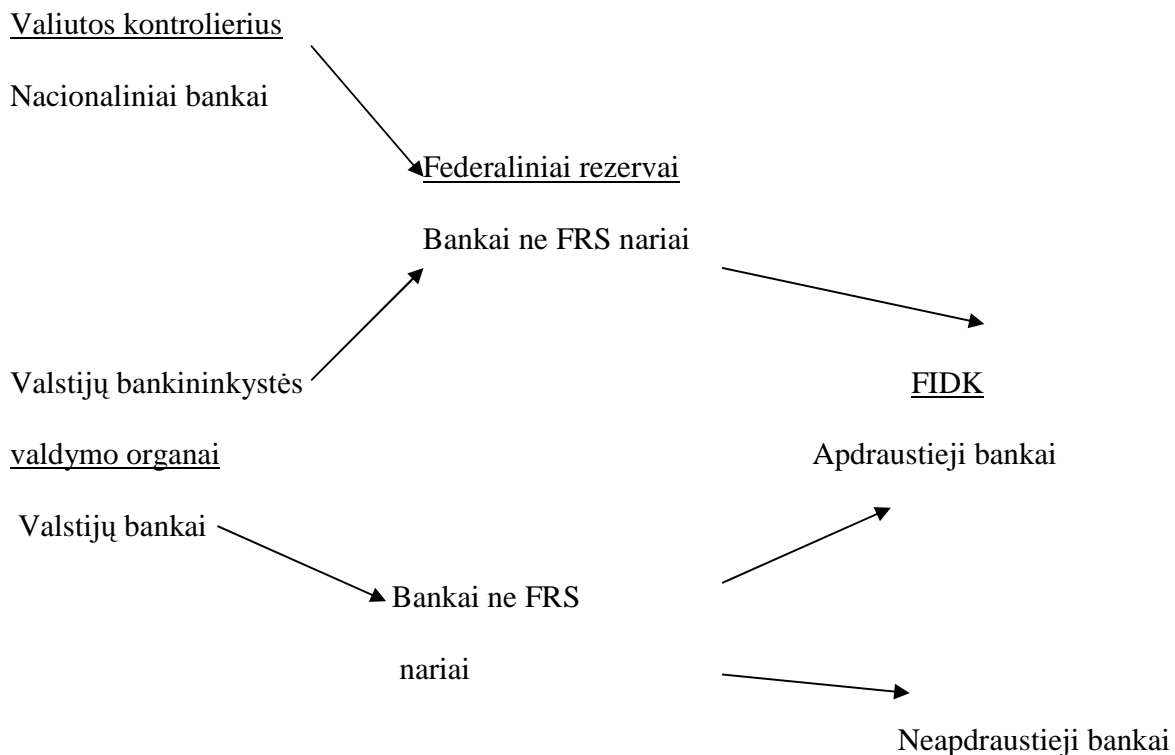
Apibendrinant, galima teigti, jog bankai, kaip verslo subjektai, vystėsi tobulindami ir plėsdami savo veiklos sritis / paslaugas, siekiant pagrindinio tikslo-pelno, tenkinant finansinius savo bei įvairaus pobūdžio klientų poreikius.

1.2. Dabartinė bankų reguliavimo struktūra JAV

Banką reguliuojančių institucijų skaičius priklauso nuo banko rūšies.

Nacionalinius bankus reguliuoja Valiutos kontrolierius, Federaliniai rezervai ir FIDK (Federalinė indėlių draudimo korporacija).

Neapdraustus bankus reguliuoja tik valstijos bankininkystės agentūra [22; 198].



1. pav. JAV bankus reguliuojančios institucijos

Federalinių rezervų principas buvo einant taikomas daugelio šalių finansinėse sistemose.

Centrinis bankas - bankas, atsakingas už šalies monetarinę politiką. Centrinio banko funkcijos apima:

- pinigų pasiūlos kontrolę,
- bankų bankrotų kontrolę - CB kaip paskutinis skolintojas,
- kt. funkcijas.

1.3. Bankas - verslo subjektas

Bankas pačia bendriausia prasme gali būti suvokiamas kaip finansinė organizacija, suvedanti draugėn tuos ekonominius subjektus, kurie turi lėšų perteklių, ir tuos, kuriems trūksta piniginių lėšų.

Sąvoka "*bankas*" Lietuvos komercinių bankų įstatyme apibrėžiama kaip akcinio kapitalo pagrindu veikianti įmonė, kuri verčiasi indėlių bei kitų grąžintinų lėšų priėmimu ir paskolų teikimu bei prisiima su tuo susijusią riziką ir atsakomybę, taip pat užsiima kita įstatymo numatyta veikla, atlikdama visas ar dalį įstatyme numatytų operacijų.

Banko veiklos esmę atskleidžia ekonomikoje jų vykdomos funkcijos arba operacijos. Bankas Lietuvos Respublikoje turi teisę atlikti šias operacijas:

- 1) priimti indėlius ir kitas grąžintinas lėšas į klientams atidarytas sąskaitas ir jas tvarkyti;
- 2) duoti ir imti paskolas;
- 3) išduoti piniginius laidavimus; garantijas ir kitus laidavimo įsipareigojimus;
- 4) išleisti mokėjimo dokumentus (čekius, akredityvus, vekselius ir kt.) ir atlikti su jais operacijas;
- 5) atlikti operacijas su vertybiniais popieriais (akcijomis, obligacijomis ir kt.);
- 6) atlikti operacijas užsienio valiuta;
- 7) pirkti ir parduoti tauriuosius metalus;

- 8) išleisti ir tvarkyti kreditines pinigines priemones;
- 9) priimti saugoti iš klientų vertybes ir nuomoti klientams banko saugykloje seifų kameras vertybėms ir dokumentams saugoti;
- 10) teikti paslaugas ir konsultacijas bankų veiklos, finansų ir kliento investicijų tvarkymo klausimais;
- 11) supirkti skolos įsipareigojimus;
- 12) užsiimti finansiniu tarpininkavimu (agento veikla);
- 13) vykdyti pinigų tvarkymo operacijas (grynujų pinigų inkasavimas ir saugojimas, monetų ir banknotų skaičiavimas, jų tikrumo ir tinkamumo naudoti apyvartoje tikrinimas bei pakavimas prieš gražinimą į apyvartą);
- 14) atlikti kitas Lietuvos banko teisės aktuose nustatytas operacijas.

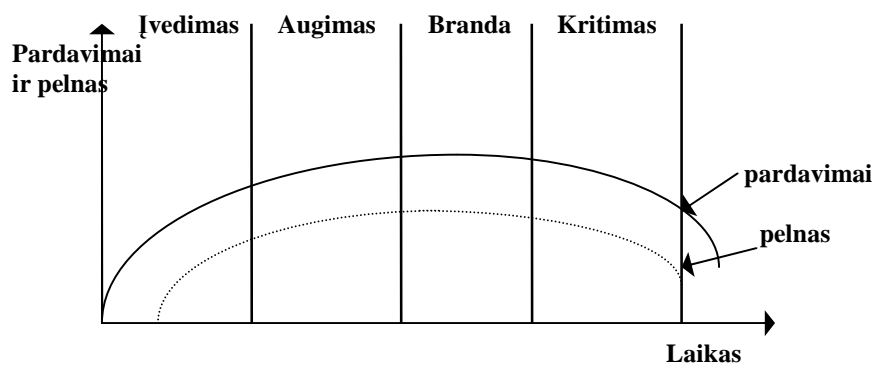
Taigi bankas kaip ūkio subjektas užima labai svarbią vietą ekonomikoje, pritraukdamas laisvas lėšas ir paskirstydamas jas kitiems ūkio subjektams – gyventojams, įmonėms bei kitokioms organizacijoms. Banko kaip ir bet kurio kito ūkio subjekto pagrindinis tikslas - pelnas. Išlaidos turi būti viršijamos pajamomis, atėmus iš pastarųjų mokesčius.

2. BANKO KAIP VERSLO SUBJEKTO VERSLO VEIKLOS PLĖTRA

2.1. Verslo plėtros samprata

2.1.1. Verslo gyvavimo stadijos

Verslo gyvavimo ciklas - tai laiko tarpas nuo jo sukūrimo iki likvidavimo. Gyvenimo ciklo metu verslas praeina įvedimo, augimo, brandos bei likvidavimo fazes [4; 5].



2. pav. Verslo gyvavimo ciklo stadijos

Taigi visų pirma įmonė yra įsteigiama. Ji atitinkamai įregistruojama, statomi pastatai, įrengiamos patalpos, įsigyjami ir sumontuojami įrengimai, sukomplektuojamas personalas, įsisavinami numatyti gaminti gaminiai [20;33].

Įmonę įkūrus, ji padeda veikti: gamina gaminius arba teikia paslaugas. Ji nuolat aprūpinama darbui reikalingais ištekliais, darbas kontroliuojamas, palaikoma pagrindinė veikla, šalinami pastebėti trūkumai, jos darbas apskaitomas ir t.t.

Verslo eigoje, verslas gali būti plėtojamas: tobulinami jau gaminami produktai ar teikiamos paslaugos, jie modernizuojami, pritaikomi naujiems poreikiams, plečiamas produktų ar paslaugų

asortimentas, kuriami nauji gaminiai. Verslo plėtros procesas paprastai yra lydimas ne tik gamybos pokyčių, bet stebimi pokyčiai ir įmonės valdyje: keičiama įmonės organizacinė struktūra, perskirstomos valdymo funkcijos, kuriami nauji organizaciniai vienetai ir tarnybos.

Kuomet įmonės vadovybė priima sprendimą kurti naują įmonę ar keisti jos veiklos pobūdį, senoji įmonė gali būti likviduojama. Tokiu atveju demontuojami ir parduodami įrengimai bei likusios žaliavos, atleidžiami darbuotojai ir pan. Tuomet senosios įmonės vietoje kuriama nauja įmonė.

2.1.2. Verslo plėtra

Dabar pabandykime apibrėžti verslo plėtros sampratą. Į įmonės plėtotę organizacijos teorijoje žiūrima iš dvejopų pozicijų biheivioristinių (elgsenos) ir organizacinių [6; 11]. Biheivioristinių mokslų požiūriu į plėtrą žiūrima kaip į ilgalaikį, tęstinį organizacijos sugebėjimų priimti efektyvius veiklos problemų bei atsinaujinimo sprendimus tobulinimą, pasireiškiantį organizacijos kultūra, individualia, grupine ir tarpfunkcine veikla. Šis dabartiniu metu gana populiarus požiūris nėra naujas.

Šiandien pagrindine gamybos priemone tampa specializuotos žinios. Būtent jos bei išskirtiniai sugebėjimai tampa jėga, daugiausia lemiančia konkurencinės kovos sėkmę. Taigi akcentuojamas kokybinis verslo plėtros aspektas.

Kitu atveju akcentuojamas kiekybinis įmonės plėtros aspektas, į ją žiūrint kaip į įmonės teigiamus kiekybinius pasikeitimus per laiką ir suprantant ją kaip įmonės dalių suderintas permainas, pritaikančias įmonę prie dinamiškos išorinės aplinkos. Kartu pasiekiamas tikslas - įmonės rodiklių, atspindinčių komercinės ir ūkinės veiklos rezultatus, teigiamas ilgalaikis didėjimas.

Tokia įmonės plėtra sukelia tokias permainas:

- 1) įmonės padaliniai papildomi naujais elementais;
- 2) pagerinama esamų padalinių elementų kokybė;
- 3) pakeičiama (pagerinama) įmonės struktūra.

Įmonės plėtra čia taip pat suvokiama kaip kokybinis reiškinys, tačiau besiremiantis produktų, jų išleidimo procesų bei struktūros naujovėmis, taip pat gamybos ir organizavimo srities novacijomis.

Tokiu būdu, galima teigti, kad įmonės plėtra yra esminė jos egzistencijos sąlyga.

2.2. Verslo planų rengimas ir aktualios problemos

Įmonės kūrimas ar esamos įmonės veiklos keitimas (plėtra) yra planuojamas, tam pasirošama ir po to tas planas realizuojamas. Bet kokių atveju turi būti iš anksto rengiamas atitinkamas projektas.

Projektavimas apima įvairias savo turiniu, vykdymu, naudojamomis priemonėmis bei metodais veiklos rūšis. Pats projektavimo procesas yra sudėtingas, daugiaetapis, vykdomas siekiant sukurti tokį verslą, kuo galėtų maksimaliai patenkinti vartotojų poreikius, būtų efektyvus.

Verslo projektas - tai dokumentas, kuriame aiškiai ir argumentuotai išdėstoma verslo sumanymo esmė, apibūdinama veikiančios įmonės būklė, numatoma strategija ir perspektyvos, prognozuojami rezultatai [7; 5].

Verslo projektus Lietuvos verslininkai rengia daugiausiai ieškodami lėšų savo projektams įgyvendinti, norėdami dalyvauti turto privatizavimo, licenzijos įsigijimo konkursuose ir pan. [10; 17]. Pažymėtina, kad Lietuvos verslininkai verslo plano paskirtį dažnai suvokia per siaurai; verslo planas reikalingas ne tik kaip priemonė investitoriams ar verslo partneriams pritraukti, ar laimėti konkursus, bet jis turi taip pat eilę kitų naudingų aspektų, į kuriuos naudinga, o kartais ir būtina atsižvelgti ruošiant verslo planą [8; 8].

Firmos veikla susijusi su konkrečių rezultatų siekimu. Rezultatus galima gauti įvairius ir įvairiais būdais. Tačiau ne visi būdai gali būti lygiaverčiai, laiko ar kitais aspektais. Dėl tos priežasties prieš pradėdant firmos veiklą, pasirenkame kuo efektyviausią tikslo siekimo priemonę, arba paprastai šnekant, planuojame būsimą veiklą, paruošime verslo planą. Firmos verslo planas laiduoja metodologinį vėlesnių

priimtų sprendimų tikslumą, tampa priemone, galinčia ne tik nustatyti, bet ir pagrįsti sumanymo gyvybingumą, padeda kitiems darbuotojams matyti perspektyvą ir užtikrina visų asmeninių interesų derinimą, siekiant bendro tikslo.

Verslo plano paskirtį galima taip iliustruoti [23; 54]:

Įmonei:	Vadovams:	Darbuotojams:	Bankams:
Verslo koncepcija; Strategija, tikslai; Išteklių paskirstymas; Priemonės ir metodai; Sprendimai; Mokymo priemonė; Bendrosios padėties apžvalga; Išėjimo iš krizės programa; Būdas sumažinti riziką; "Poligonas" popieriuje.	Veiklos supratimui; Kontrolei; Numatyti veiklos kryptis; Palyginimui; Argumentacijai	Suprasti veiklą; Supažindinti; Bendram darbui; Atsakyti į klausimus.	Kreditavimui; Investicijoms.
Investitoriams:	Verslui:	Laikas:	Valdymui:
Susipažinti; Argumentacijai; Pagrindimui; Reklamai; Privatizavimui.	Investicijoms pagrįsti; Plėtotei; Papildymui; Veiksmingam išteklių panaudojimui; Idėjai.	Įvertinti praeitį; Ateities modelis; Koregavimui; Įvertinti pasikeitusias sąlygas ir aplinkybes.	Veiksmų grandinė; Strategija; Monitoringas; Kontrolė; Grįžtamasis ryšys.

Taigi matome, kokią didelę reikšmę verslo projektai turi įvairiems su jo įgyvendinimu susijusiems subjektams. Tai tuo pačiu atskleidžia verslo projektuose sprendžiamų problemų įvairovę bei daugiafunkciškumą [19; 9].

Bendru atveju įmonės dažniausiai pasitelkia konsultacines kompanijas verslo planų parengimui. Prieš konkrečių konsultacinės veiklos problemų nagrinėjimą, derėtų paanalizuoti bendresnes šios srities problemas.

Visų pirma pažymėtina, kad konsultacinės veiklos problemos skiriasi, esant skirtingam šalių ekonominio išsivystymo lygiui. Taip pat problemos, susijusios su verslo konsultavimo veikla, gali būti skirstomos į dvi grupes [14; 85]:

- konsultacinės veiklos kaip verslo problemos;
- konsultacinės veiklos kaip priemonės verslui plėsti problemos.

Šios problemos yra tarpusavyje susijusios, tačiau mus labiau domina antroji problemų grupė, t.y. konsultacinės veiklos kaip priemonės verslui plėsti problemos.

Tenka pastebėti, jog Lietuvos konsultacinės veiklos problemos nėra plačiai analizuojamos šiuolaikinėje mokslinėje literatūroje. Aiškiausiai konsultacinės veiklos Lietuvoje problemas parodė Europos Sąjungos PHARE Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros programos 1995 metais atlikta analizė, kurioje yra duomenys, kaip Lietuvos įmonės naudojasi ir kaip yra linkę naudotis konsultacinių įmonių teikiamomis paslaugomis. Šie tyrimai parodė, kad verslininkų pasitikėjimas Lietuvoje veikiančių konsultacinių įmonių paslaugomis yra gana menkas. Apklausus daugiau nei 500 įmonių paaiškėjo, jog 53,9 % apklaustųjų linkę konsultuotis su draugais. Tik 27,1 % apklaustųjų linkę mokėti už verslo konsultacines paslaugas [14].

Aukščiau cituotas autorius teigia, kad tokia situacija yra būdinga ne tik Lietuvai, bet ir daugeliui ekonomiškai silpniau išsivysčiusių šalių.

2.3. Verslo augimo strategijos

Įmonės augimo strategijos literatūroje nagrinėjami įvairiais aspektais. Labiausiai paplitusios kelios įmonės augimo strategijos, kurių autoriai yra H. I. Ansoffas, K. K. Andrewsas, A. D. Chandleris, P. Druckeris ir M. Porteris.

Vienas pirmųjų įmonės augimo strategijos metodologų buvo Ansoffas, kuris įmonės augimo strategiją pasiūlė apibrėžti dvimatėje matricoje "produktas-rinka" [6; 27]. Toks siūlymas grindžiamas faktu, kad kiekviena įmonė gamina tam tikrą produktą bei jį realizuoja tam tikroje rinkoje. Taigi įmonės augimo strategija apibrėžiama dviem kryptimis - produktu ir rinka. Augimo strategija tampa jungiamąja gija.

Ansoffas išskiria keturias įmonės augimo strategijas, kurios pateikiamos kaip matricos "produktas-rinka" elementai. Matricoje stulpeliuose vaizduojamos produktų rūšys (P_0, P_1), o eilutėse - rinkos (R_0, R_1) (žr. 3. pav).

Produktų rūšys	Rinkos	
	R_0	R_1
P_0	Penetracija	Rinkos plėtra
P_1	Produkto tobulinimas	Diversifikacija

3. pav. Įmonės augimo strategijos

Penetracija (vektorius P_0, R_0) reiškia įmonės augimo strategiją, reiškiančią įmonės veiksmų suintensyvinimą esamose rinkose su esamais produktais. Ši įmonės strategija gali pasireikšti tokiais veiksmais kaip produkto kokybės pagerinimas, aptarnavimo patobulinimas, pardavimą skatinančių priemonių panaudojimą ir pan. Iš esmės ši įmonės strategija reiškia gynimosi strategiją, ji nesuteikia

įmonei daug plėtros perspektyvų. Tačiau ši strategija laikoma efektyvia, kuomet įmonė siekia maksimaliai išnaudoti potencialias galimybes esamose rinkose su turimų produktų palete.

Be to, šios strategijos taikymo sėkmė priklauso nuo rinkos pobūdžio bei įmonės užimamos rinkos dalies. Jeigu rinka yra auganti, o užimama rinkos dalis yra didelė, šios strategijos taikymas gali suteikti labai geras augimo perspektyvas. Ir atvirkščiai, jeigu įmonės užimama rinkos dalis maža ir pati rinka mažėja, įmonei belieka išeiti iš rinkos.

Nagrinėjant penetracijos strategiją, būtina pažymėti, kad tai pati pigiausia ir mažiausios rizikos įmonės augimo strategija.

Rinkos plėtra (vektoriaus P_0, R_1) - tai įmonės augimo strategija, kuomet įmonę jau gaminamus produktus pasiūlo naujoms rinkoms. Šios strategijos taikymas gali būti suvokiamas dviem aspektais:

- a) ekspansija į naujus esamos rinkos segmentus, išplečiant veiklos geografiją;
- b) ekspansija į naujas rinkas, išplečiant veiklos geografiją.

Naujuose rinkos segmentuose įmonė gali padidinti jau gaminamų produktų realizavimą arba išplėsti tose rinkose siūlomų produktų realizavimą.

Būtina pažymėti, kad įėjimas į naujas rinkas susijęs su didelėmis išlaidomis, taigi tai labai rizikinga strategija.

Dar viena pagrindinė įmonės augimo strategija - **produkto tobulinimas** (vektoriaus P_1, R_0). Šiuo atveju esamai rinkai yra pasiūlomi nauji produktai, kas sudaro galimybes pardavimų didėjimui. Vartojant žodį "naujas" čia laikoma, kad jis reiškia gaminio modifikavimą, patenkinantį tuos pačius poreikius, nes naujas, gaminys, patenkinantis naujus poreikius, reiškia "įėjimą į naują rinką".

Produkto tobulinimo strategija reiškia jo novacijas, produkto techninę pažangą.

Ketvirtoji įmonės augimo strategija - **diversifikacija**, reiškia naujų produktų, besiskiriančių nuo iki šiol gaminamų, išleidimą ir pardavimą naujose rinkose. Būtina pažymėti, kad ši strategija iš esmės skiriasi nuo iki šiol aptartųjų. Visos aukščiau nagrinėtos strategijos buvo susijusios arba su esamais produktais,

arba su esamomis rinkomis. Ši įmonės augimo strategija apibrėžiama naujais produktais bei naujomis rinkomis. Taigi visas jau nagrinėtas įmonių augimo strategijas galima suskirstyti į dvi grupes:

- 1) ekspansijos strategijos, kurioms priklauso penetracija, rinkos plėtra bei produkto tobulinimas;
- 2) diversifikacijos strategija.

Diversifikacija, būdama pačia rizikingiausia strategija, įmonei suteikia didžiausias augimo galimybes.

3. RINKŲ TYRIMAS - KAIP ESMINĖ VERSLO PROJEKTO SĖKMINGO ĮGYVENDINIMO SĄLYGA

3.1. Rinkos tyrimų samprata ir reikšmė

Bet kokio verslo projekto tikslas – pelno gavimas, panaudojant turimus išteklius, taip pat patenkinant esamą arba potencialią paklausą produkcijai, kuri gaunama projekto įgyvendinimo rezultate.

Svarbiausia projektinių tyrimų idėja ta, kad kiekvienas projektas, turintis duoti naudos jo steigėjams (užsakovams) ir kitiems projekto dalyviams turi būti labai gerai “pasvertas”, kur vienoje svarstyklių pusėje - projekto nauda visiems projekto dalyviams, o kitoje pusėje – jo išlaidos. Projektinė analizė (taip minėti mokslininkai nusako projektinius tyrimus) leidžia, aprašant investicinį ar verslo projektą, įvertinti du objektyvius procesus: gamybos plėtrą, investuojant į šį procesą kapitalines lėšas, bei globalinių ekonominių ryšių pasaulinėje prekyboje veiksnius ir visų rūšių išteklių judėjimą tarp atitinkamų rinkų.

Nepriklausomai nuo to, koks projekto tikslas, viena iš svarbiausių projektinio tyrimo užduočių yra *rinkos analizė*, kuri būtina, norint nustatyti investicijų, galimos gamybinės programos ribas, parenkant reikiamas technologijas, nustatant geografinę vietą [28; 54]. Kadangi projektiniai tyrimai yra iteratyvinio pobūdžio, specialistai, analizuojantys rinką turi gerai suvokti, kiek ir kokios (kokybiniu požiūriu) reikia turėti pagrindinės ir pagalbinės informacijos, kokios galimos alternatyvos ekonominės apimtys atžvilgiu, kurią gali nulemti tiek išteklių turėjimas ir paklausa, tiek ir technologiniai ar teritoriniai apribojimai.

Rinkos tyrimai - tai marketingo sprendimams reikalingos informacijos paieška, rinkimas, apdorojimas ir interpretavimas. Rinkos tyrimai yra viena iš marketinginės veiklos sudedamųjų dalių [5; 8].

Marketingas – tai valdymo procesas, kurio pagalba visi organizacijos ištekliai naudojami pasirinktų užsakovų interesams patenkinti, norint pasiekti abiejų pusių (gamintojo ir užsakovo) tikslus. Kitaip sakant, marketingą galima traktuoti kaip įmonės valdymo, orientuoto į rinką, principą.

Ph. Kotler marketingo tyrimus taip apibrėžia: "marketingo tyrimai – tai informacijos, susijusios su produkto ar paslaugos marketingu, rinkimo, užrašymo ir analizės procesas" [39; 145].

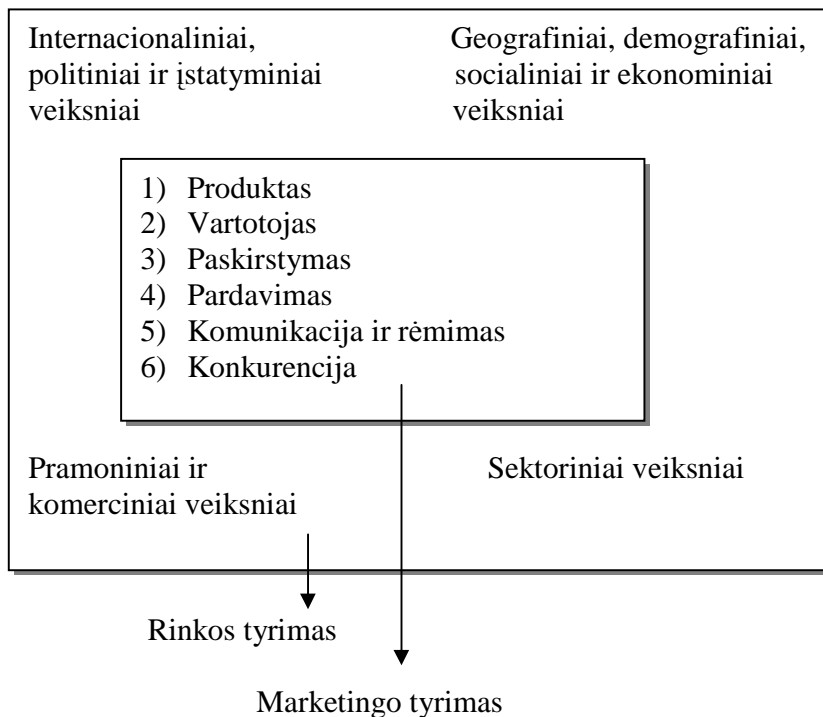
Norint parengti projekto strategiją ir rinkos koncepciją, labai svarbu tinkamai atlikti marketingo tyrimus, kurie apibūdinami kaip "sistemizuotos informacijos apie rinką ir rinkos aplinką apdorojimas". Beje, surinkti tinkamai informaciją (iš patikimų šaltinių) taip pat labai svarbu. Marketingo tyrimų pradžioje turi būti atlikti rinkos tyrimai, kurių metu nagrinėjami rinkos modeliai, nustatomos jų apimtys ir prigimtis bei pagrindinės jų charakteristikos [33; 125].

Rinkos tyrimai gali apimti tiek visą pasaulinę prekių rinką, tiek ir atskirą jos segmentą. Kitaip sakant, rinkos tyrimai priskiriami makroanalizei, o marketingo tyrimai – mikroanalizei. Integracija tarp rinkos ir marketingo tyrimų parodyta 4. pav.

A. Foglio nurodo, kad "rinkos tyrimai gali būti atlikti Interneto pagalba surinkus visą reikiamą informaciją apie norimą šalį" [30]: pradžioje, išsiaiškinus mus dominančioje rinkoje internacionalinius, politinius, įstatyminius veiksnius. Antruoju žingsniu reikėtų apibrėžti geografinius, demografinius, socialinius ir ekonominius veiksnius; trečiuoju – atskirų sektorių veiksnius, ir paskutiniame etape – pramoninius ir komercinius veiksnius.

3.2. Rinkų tyrimų atlikimas

R. Tamošiūnienė giliai išanalizavusi įvairių autorių siūlomas verslo projektams reikalingų rinkos tyrimų atlikimo schemas, pasiūlė tokį rinkos tyrimų planą [21]:



4. pav. Rinkos ir marketingo tyrimų integracijos schema

Rinkos tyrimų planas

1. Vartotojų analizė ir rinkos segmentacija;
2. Paklausos įvertinimas ir tikslinių rinkų atrinkimas;
3. Rinkos charakteristika;
4. Realizacijos kanalų analizė;
5. Įmonės (projekto) konkurencingumo analizė;
6. Socialinės-ekonominės aplinkos analizė;
7. Korporatyvinė (vidinė) analizė;
8. Prognozuojamos marketingo informacijos vertinimas;
9. Trumpas išvadų, perspektyvų ir rizikos aprašymas.

Toliau apibūdinsime pateikto rinkos tyrimo plano kiekvieną dalį atskirai, akcentuodami tarptautinių rinkų tyrimų aspektus.

3.2.1. Vartotojų analizė ir rinkos segmentacija

Pirmiausiai tiriant rinką, reikia nustatyti kas bus ir kas gali būti įmonės (nagrinėjamo verslo projekto) produkcijos vartotojais. Norint tai išsiaiškinti, reikia išanalizuoti tokius aspektus [34; 63]:

- Kas ir kodėl perkama užsienio rinkoje?
- Kokį kiekį ir kaip dažnai užsienio pirkėjai ruošiasi pirkti?
- Kur ir kada paprastai jie apsiperka?

Taip pat labai svarbu žinoti vartotojų motyvaciją, įsigyjant vieną ar kitą prekę. Tai žinant, galima efektyviau juos paveikti, kai jie priiminėja sprendimą dėl pirkinio. Galima nurodyti tokius svarbius motyvacijos veiksnius, kaip kultūrinis vartotojų lygis, socialiniai, asmeniniai ir psichologiniai veiksniai.

Visi šie klausimai prieš formuojant marketingo kompleksą turi būti nuodugniai ištirti. Be to, svarbu prisiminti, kad skirtingose rinkose bus ir skirtingas pirkėjų elgesys.

Pavyzdžiui, vartotojiškų prekių rinkoje pirkėjas pasižymės tokiomis savybėmis [18; 29]:

- paprastai siūloma prekė pirkėjui turi ne tik funkcinę, bet ir emocinę reikšmę;
- pirkimas dažniausiai vykdomas ne pagal nustatytą sprendimų priėmimo procesą, o spontaniškai;
- labai svarbi vartotojų nuomonė;
- kitos.

Tuo tarpu gamybinės paskirties prekių rinkoje dominuoja šios pirkėjų savybės:

- pirkiniai dažniausiai naudojami gamybos procese;
- pirkimai vykdomi pagal nustatytą, gana sudėtingą sprendimų priėmimo procesą;
- pirkėjas paprastai labai gerai išmano įsigyjamos prekės savybes;

- kitos.

Rinkos analizė gali būti atlikta tiek tarptautinių rinkų visumai, tiek ir kiekvienam jos segmentui.

Rinkos segmentacija - tai rinkos skaidymas į dalis, kuriose vienodai ar panašiai reaguojama į marketingo veiksmus.

Segmentacija gali būti atliekama, remiantis tokiais veiksniais, kaip geografiniai, kalbos kriterijai, socialiniai-demografiniai kriterijai, psichologiniai ir kiti [28; 152].

Atliekant rinkos segmentavimą, reikia prisilaikyti tokių trijų reikalavimų:

1. Segmentas turi išsiskirti kažkuo iš kitų segmentų;
2. Vartotojų elgesys išskirtame segmente turi būti labai panašus;
3. Segmentas turi būti pakankamai didelis, norint, kad įmonei, dalyvaujančiai diferencijuotoje rinkos dalyje, atsipirktų gamybos sąnaudos.

Rinkos segmentavimo procesas susideda iš keturių fazių:

1. nustatomi kriterijai ir charakteristikos, kuriomis remiantis bus segmentuojama rinka;
2. remiantis nurodytais kriterijais ir charakteristikomis, nustatomi visi svarbiausi rinkos segmentai;
3. apibrėžiama bendra tikslinė rinka, kurioje būtų apjungiami tie segmentai, kurie labiausiai atitinka nagrinėjamo projekto interesus;
4. praktinis rinkos segmentavimo panaudojimas, įmonės (projekto) gamybinėje ir marketingo veikloje.

3.2.2. Paklausos įvertinimas ir tikslinių rinkų atrinkimas

Šioje dalyje yra įvertinama kiek bus vartotojų kiekviename išskirtame tarptautinės rinkos segmente ir nustatoma, kokia bus rinkos paklausa. Šių duomenų pagrindu yra išrenkami labiausiai įmonei tinkami

rinkos segmentai – tikslinės rinkos. Perspektyviausias segmentas laikomas toks, kuriame yra 20 % duotos rinkos vartotojų, išsigyjančių 80 % įmonės siūlomų prekių [27; 47].

Tikslinė rinka - tai vartotojų grupė, turinti panašių poreikių, į kuriuos orientuodamasi įmonė kuria marketingo kompleksą. Kuomet įmonė tarptautinėse rinkose atlieka segmentaciją, ji sprendžia, kuris segmentas jai yra patraukliausias, kiek ir kokius rinkos segmentus ji žada apimti.

Pagal pasirinktų tikslinių rinkų skaičių įmonė pasirenka naudotino marketingo formą - koncentruotą, diferencijuotą ar nediferencijuotą.

Koncentruotas marketingas - tai tokia marketingo strategija, kai įmonė visas pastangas stengiasi sutelkti tik į vieną tikslinę rinką ir jai įvaldyti naudoja specialiai pritaikytą marketingo kompleksą.

Diferencijuotas marketingas - tai tokia marketingo strategija, kai įmonė atskiroms tikslinėms rinkoms įvaldyti naudoja skirtingus, specialiai joms pritaikytus marketingo kompleksus.

Nediferencijuotas marketingas - tai tokia marketingo strategija, kai įmonė visai rinkai įvaldyti naudoja vieną universalų marketingo kompleksą.

3.2.3. Rinkos charakteristika

Panagrinėsime kiekybines rinkos charakteristikas. Pirmiausiai nustatoma faktiška rinkos apimtis (dabartinė pardavimų apimtis atitinkamoje rinkoje ar jos segmente) ir rinkos potencialo dydis, t.y., maksimaliai galima paklausa rinkoje. Po to išaiškinamos būsimosios rinkos apimties praplėtimo galimybės, įvertinami prognostiniai jos rodikliai (pvz., 3-5 metams į priekį), kitaip sakant prognozuojama paklausa bei apibrėžiama rinkos prisotinimo riba [25; 142].

Taip pat nustatoma įmonės dalis rinkoje ir jos galimas pasikeitimas per numatytą laikotarpį, bei įvertinamas paklausos elastingumas.

Rinkos apimties augimui daugiausiai įtakos turi tokie veiksniai kaip [15; 58]:

- šakos vystymosi tendencijos;
- vyriausybinių politikų;
- demografinis gyventojų sudėties pasikeitimas;
- kiti.

Nagrinėjant kokybines rinkos charakteristikas, reikėtų parodyti vartotojų poreikių struktūrą, paanalizuoti jų motyvaciją, išsiryjant prekes, bei patį pirkimo procesą. Taip pat reikia parodyti kokią poziciją rinkoje užima nagrinėjama įmonė. Šiuo atveju analizuojami tokie veiksniai, kurie gali turėti įtakos produkcijos realizavimui. Tai gali būti įmonės prestižiškumas, tarpusavio santykiai su konkurentais, gamybinės ir realizacinės programos lankstumas ir kiti.

Taip pat svarbu nustatyti, kokie numatomi įmonės (projekto) planai užsienio rinkų atžvilgiu. Rinkos išplėtimo galimybės į kitas šalis turėtų būti tyrinėjamos daugumoje projektų, nepriklausomai nuo jų dydžio, todėl, apibrėžiant įmonės (projekto) pajėgumą, reikia atsižvelgti ir į pardavimą eksportui. Savo šalies rinkos ribas gali tekti peržengti ir plečiant gamybos pajėgumus, ypač jeigu gamybos įgūdžiai išsivysto ir gaminama produkcija pasiekia tarptautinių standartų lygį bei yra konkurencingos kainos. Visais panašiais atvejais turi būti įvertintos eksporto galimybės. Taigi vienas iš svarbiausių paklausos prognozavimo bruožų yra potencialios eksporto rinkos apibrėžimas [26; 54].

Atliekant projektinius tyrimus, liečiančius eksporto rinkas, reikia atsakyti į tokius klausimus:

- Ar įmonė, plėsdama savo veiklą tarptautiniu mastu, įgis strateginį pranašumą? Koks bus tas pranašumas?
- Kokiose srityse konkurencija tarptautinėje rinkoje gali tapti grėsminga projektui?
- Kokį pranašumą ateityje gali įgyti įmonė, veikdama geografiškai ribotoje aplinkoje?

Nustačius šalis, į kurias ruošiamasi eksportuoti, reikia atlikti specialius rinkos tyrimus pasirinktose šalyse. Reikia pasakyti, kad veiksniai, apibrėžiantys eksportines rinkas, yra daug sudėtingesni nei įtakojantys vidaus rinką, nors jų įvertinimui ir prognozavimui taikomi tie patys metodai. Galima sakyti,

kad eksportinių tyrimų diapazonas svyruoja nuo buvusio importo tiekimo išorinėje rinkoje dydžio ir bendrų jo vertinimų ateičiai iki detalaus būsimosios paklausos prognozavimo konkrečios išorinės rinkos atžvilgiu, naudojantis įvairiais paklausos prognozavimo metodais (ekstrapoliacijos (krypties) metodu, vartojimo lygiu metodu, vartojimo koeficiento arba galutinio vartojimo metodu bei regresiniais metodais).

3.2.4. Realizacijos kanalų analizė

Realizacijos kanalai – tai grandinė, jungianti gamybininką su galutiniu vartotoju [3; 21]. Tarpininko vaidmenį šioje grandinėje paprastai atlieka specializuotos įmonės, agentūros ar atstovai, naudojantys savo marketingo priemones. Šiuo atveju galimi tokie produkcijos kelių į rinką variantai: per didmeninę prekybą į mažmeninę prekybą, per mažmeninę prekybą, tiesiogiai pas galutinį vartotoją.

Apibrėžiant realizacijos strategiją, reikia išanalizuoti kokia bus kainų politika, paskirstymo sistema, ar bus stimuliuojamas realizavimas, ar numatomas garantinis aptarnavimas, kiek bus skiriama dėmesio reklamai ir t.t.

Pasaulinė kompiuterinio tinklo Internet plėtra įmonėms suteikė naujų prekių realizavimo bei vartotojų informavimo galimybių. Paplito virtualios parduotuvės, kurių esmė yra ta, kad įmonė savo Internet svetainėje patalpina informacinę sistemą, kurios pagalba potencialus vartotojas, esantis bet kuriame pasaulio krašte gali perskaityti įmonės siūlomų prekių aprašymus, technines charakteristikas, pažiūrėti jų atvaizdus, užsisakyti prekę bei apmokėti už ją. Tokiu būdu yra parduodamos praktiškai bet kokios plataus vartojimo prekės, pradedant knygomis ir baigiant automobiliais.

Deja, reikia konstatuoti, kad elektroninis verslas Lietuvoje žengia tik pirmuosius žingsnius. Tai sąlygoja daugelis veiksnių, kurių esminiai yra reikiamos įstatyminės-norminės bazės nebuvimas bei nepankamas mokių Internet'o vartotojų skaičius.

3.2.5. Įmonės konkurencingumo analizė

Atliekant šią analizę, pirmiausiai reikia sužinoti [37; 45]:

- kokie bus svarbiausi konkurentai?
- kokia jų verslo būklė?
- kokia jų finansinė padėtis?
- koks technologinis lygis (aukštesnis, ar ne už nagrinėjamo projekto numatomą technologinį lygį)?
- koku būdu būsimoji įmonė (projektas) gali tapti geresnė už konkurentus?
- nuo ko priklausys įmonės konkurencingumas?

Šiuolaikinė verslo konkurencingumo teorija, plačiai išdėstyta Harvardo universiteto profesoriaus Maiklo Porterio, išskiria dvi konkurencinio pranašumo rūšis - žemesnes sąnaudas, specializaciją.

Tačiau reikia pastebėti, kad tai daug platesnės sąvokos, nei gali atrodyti iš pirmo žvilgsnio. Žemesnės sąnaudos reiškia, kad ne tik gamybos sąnaudos bus sumažintos, bet ir daug efektyviau bus prekė realizuojama. Kitaip sakant, visas operacijų su preke ciklas (nuo jos konstrukcinio išnagrinėjimo iki pardavimo galutiniam vartotojui) bus atliekamas daug greičiau ir pigiau, nei tai darytų konkurentai.

Specializacija taip pat nereiškia, kad gamyba bus sukoncentruota ties viena kokia nors prekių grupe. Ji reiškia, kad įmonė sugebės patenkinti išskirtinius vartotojų poreikius ir gaus už tai premijinę kainą.

Beje, reikia pabrėžti, kad tuo pačiu momentu, norint palaikyti savo konkurencingumą, galima remtis tik į vieną iš šių dviejų konkurencinių pranašumų – arba, mažinant sąnaudas, orientuotis į pigesnę prekę (ir, deja, žemesnę kokybę), arba, specializuojantis, - į brangesnę prekę, patenkinančią reiklaus pirkėjo poreikius.

Nustatius konkurentų tikslus, jų tolimesnę veiklą, silpnąsias ir stipriąsias puses, galima pereiti prie antro analizės etapo. Šiame etape reikia atsakyti į tokius klausimus:

- Kaip konkurentai panaudoja savo nuosavus marketingo instrumentus (4P)?
- Kokias ir kaip plačiai tikslines rinkas (segmentus) jie įsisavina?
- Kuriuose segmentuose jie stipriausi?

Konkurencingumo analizę reikia atlikti labai objektyviai ir kruopščiai, nepervertinant ir nenuvertinant nei konkurentų, nei savo veiklos.

Atliekant konkurencingumo analizę derėtų pasitelkti tokius metodus kaip SWOT analizė, Bostono konsultacinės grupės matricą ir kitus panašaus pobūdžio metodus.

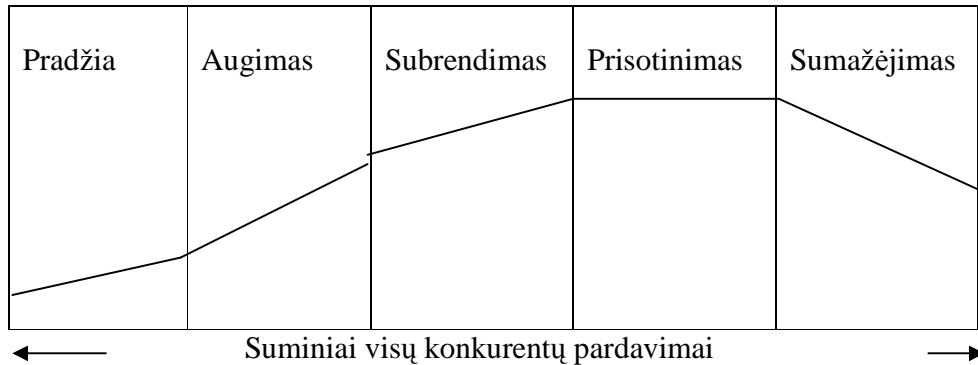
3.2.6. Socialinės-ekonominės aplinkos analizė

Norint atsakyti į klausimus kokie svarbiausi veiksniai konkurencinėje kovoje lemtų sėkmę, kokios galimybės ir rizika, charakteringos duotam sektoriui (kuriame yra nagrinėjamas projektas) reikia atlikti analizę. Joje reikėtų išanalizuoti duoto sektoriaus gyvavimo ciklą, jo pelningumą ir socialinę-ekonominę aplinką, kurios dalimi yra mus dominantis pramoninis sektorius.

Sektoriaus gyvavimo ciklą galima pavaizduoti grafiškai (5. pav.). Tačiau reikia pastebėti, kad gyvavimo ciklo fazės gali keistis priklausomai nuo to, kurios ekonomikos – pasaulinės ar konkrečios šalies – mastu ciklas yra analizuojamas. Taigi čia labai svarbu žinoti, į kokią rinką bus skverbiamasi įgyvendinant konkretų projektą.

Gyvavimo ciklo fazių identifikavimas gali palengvinti išvadų dėl dabartinės ir būsimosios rinkos potencialo, apimties ir rinkos dalies suformulavimą.

Rinkos imlumas



5. pav. Sektoriaus gyvavimo ciklas

Be to, remiantis gyvavimo ciklo fazių grafiku, lengviau nustatyti kiek įmonė gali tikėtis pelno iš pardavimo. Kuo intensyvesnė konkurencija tuo didesnę spaudimą jaus įmonė, norėdama parduoti savo prekes. Konkurencijos intensyvumas priklauso ne tik nuo sektoriaus gyvavimo fazių, bet ir nuo įėjimo ir išėjimo barjerų, nuo spaudimo iš produktų-pakaitalų ir nuo galimybės vartotojams ir tiekėjams tarpusavyje susitarti [.

Įėjimo barjerams priskiriami veikiančių rinkoje firmų dydis, jų patirtis, esantys ryšiai su vartotojais, teikiamos nuolaidos ir privilegijos bei kt. Taigi kuo aukštesnis šis barjeras, tuo didesnė rizika, įeinantiems šį sektorių naujiems konkurentams.

Aukšti išėjimo barjerai egzistuoja tada, jei gamybinių pajėgumų panaudojimas dėl aukštų pastovių sąnaudų turi būti kaip galima didesnis, yra sunkumų atleidžiant darbuotojus, reikia taikytis prie politinės situacijos.

Taip pat didelės įtakos konkurencijos intensyvumui (o tuo pačiu ir gaunamam įmonės pelnui) turi vartotojų ir tiekėjų tarpusavio susitarimai. Dažnai galimybė sudaryti gerą kontraktą dėl tiekimo labai priklauso nuo pirkėjų nuomonės apie įmonę ar firmą.

Socialinės-ekonominės analizės metu apibrėžiami socialiniai ir ekonominiai aspektai, į kuriuos reikia atsižvelgti, rengiant ir įvertinant projekto strategiją ir marketingo koncepciją. Šie aspektai paprastai

atspindi visuomenę ir jos kultūrą, socialinę ir ekonominę politiką, o taip pat, egzistuojančias taisykles, tradicijas ir papročius.

3.2.7. Korporatyvinė (įmonės vidaus) analizė

Ši analizė yra atliekama tik tada, jei verslo projektas įdiegiamas jau egzistuojančioje įmonėje jos praplėtimo, reabilitacijos ar gamybos modernizavimo atveju. Tada analizė atliekama visiems įmonės veiklos barams.

3.2.8. Prognozuojamos marketingo informacijos įvertinimas

Paklausos ir kitos su rinka susijusios informacijos prognozavimas vienas iš sudėtingiausių marketingo tyrimų elementų ir beje, svarbiausių, nes toliau šiais duomenimis remiantis bus nustatomi projekto mastai ir reikalingi ištekliai. Kad ir kokie prognozavimo metodai būtų taikomi visada labai svarbu aiškiai žinoti: kaip ir kokia kryptimi vystosi konkretus sektorius, todėl statistiniais metodais gauta informacija turi būti interpretuojama galimų veiksmų, apibrėžiančių tendencijas, atžvilgiu. Pavyzdžiui, jeigu nustatoma, kad prekė bus paklausi, lemiantis veiksnys bus konkurencija, ir jos pasėkoje pradės dominuoti kainos veiksnys, tačiau įtakos gali turėti ir tokie aspektai kaip prekinis ženklas ir kokybė.

Paklausos prognozavimo metodai jau buvo trumpai paminėti, tačiau reikia pasakyti, kad kokie metodai bebūtų taikomi, jie visada bus lydimi prielaidų ir spėjimų [33; 47]. Ne visi paklausos veiksniai yra akivaizdūs, kai kurių nustatyti iš viso neįmanoma. Nenuspėjami reiškiniai, tokie kaip energetikos krizė, keičia daugelio produkcijos rūšių paklausos spektrą.

Apskaičiavimai ir prognozės gali nepasitvirtinti dėl pagrindinės informacijos klaidingumo, duomenų nepakankamumo, netikėtų ekonominių ir socialinių procesų, statistinių metodų ribotumo,

nežinomų arba slepiamų veiksmų, techninių ir technologinių pokyčių, ekonominių santykių ir ekonomikos struktūros pokyčių.

Kai kurie neapibrėžtumai, į kuriuos turi būti atsižvelgta yra [:

- a) nacionalinių pajamų ir pajamų vienam gyventojui augimo tempai;
- b) vidinių arba išorinių nagrinėjamos pramonės šakos arba tam tikrų medžiagų gamybos technologijų išvystymas;
- c) pagrindinio konkurento atsiradimas arba jo netekimas;
- d) žymūs šeimos biudžeto pasikeitimai;
- e) produktų-pakaitalų atsiradimas;
- f) dvišalių arba daugiašalių prekybos sutarčių pasirašymas arba muitinių struktūrų sukūrimas; naujų kaimyninių šalių pramoninis bendradarbiavimas;
- g) naujų žaliavų šaltinių arba jų pakaitalų atradimas tiriamajai pramonės šakai;
- h) transporto išlaidų pasikeitimai;
- i) tarifų pasikeitimai;
- j) netolygūs infliacinių kainų pokyčiai; išlaidų ištekliams padidėjimas;
- k) naujų produkcijos panaudojimo sferų atradimas.

Neapibrėžtumų skaičių iki minimumo sumažinti galima tik laipsnišku tyrimu, statistinės jautrumo analizės būdu, apskaičiavus neapibrėžtumo laipsnį.

Jautrumo analizės uždavinys yra nustatyti tam tikrų veiksmų poveikį agreguotam paklausos dydžiui arba atskiroms jos dalims, jeigu veiksniai, įtakojantys paklausą, gali daugiau ar mažiau pasikeisti į palankesnę pusę, negu buvo įvertinti. Pavyzdžiui, nustatyta, kad paklausos didėjimo tempai per tam tikrą laiką yra 6.5 %, metiniam augimo tempui svyruojant nuo 2.5 % iki 10 %. Tokiu atveju gali būti parengiami alternatyvūs projektai, remiantis vidutiniais metiniais augimo tempais (imant vidurkį tarp aukščiausio ir žemiausio svyravimo taško) arba vidutiniu 6.5 % rodikliu. Visapusiškai pritaikant jautrumo analizę, rengiamos optimistinės ir pesimistinės būsimos paklausos prognozės. Tačiau nepakanka nustatyti

vieno kurio pasikeitimo efektą, išreiškiamą koeficientu ar veiksniu, reikia įvertinti visą pokyčių kompleksą.

Eksporto rinkos apžvalgoje jautrumo analizė taikoma didesniu mastu nei vietinės rinkos apžvalgoje, nes reikia atsižvelgti į tokius sudėtingus dalykus kaip tarifų pasikeitimai, nacionalinės ir atitinkamos užsienio valiutos kurso svyravimai bei valiutos konkurencingumas.

4. EMPIRINĖ KOMERCINIŲ BANKŲ VEIKLOS APLINKOS ANALIZĖ

Komercinių bankų verslo planai turi būti rengiami pagal 1999 m. sausio 14 d. Lietuvos banko valdybos nutarimu Nr. 4 patvirtintus *Banko veiklos (verslo) planų sudarymo reikalavimus*. Šiuose reikalavimuose nustatyta, kad sudėtinė banko verslo plano dalis yra aplinkos apibūdinimas, kurio sudėtinės dalys yra teisinės bei ekonominės aplinkos bei konkurencijos analizė.

4.1. Teisinė aplinka

4.1.1. Bendros pastabos

Komercinių bankų veikla Lietuvoje yra reglamentuojama Lietuvos Respublikos įstatymais, Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimais bei Lietuvos banko valdybos nutarimais.

Pagrindinis įstatymas, kuriuo yra reglamentuojama komercinių bankų veikla, yra *Lietuvos Respublikos komercinių bankų įstatymas*. Šio įstatymo tikslas - užtikrinti, kad bankų sistema būtų stabili, patikima, efektyvi ir saugi. Šis įstatymas nustato bankų ir jų padalinių steigimo, licenzijavimo sąlygas bei tvarką, bankų valdymo bei veiklos ypatumus, jų reorganizavimą bei likvidavimą.

Sąvoka "*bankas*" Lietuvos komercinių bankų įstatyme apibrėžiama kaip akcinio kapitalo pagrindu veikianti įmonė, kuri verčiasi indėlių bei kitų grąžintinų lėšų priėmimu ir paskolų teikimu bei prisiima su tuo susijusią riziką ir atsakomybę, taip pat užsiima kita įstatymo numatyta veikla, atlikdama visas ar dalį įstatyme numatytų operacijų.

Banko veikla leidžiama verstis tik nustatyta tvarka gavus banko licenziją.

1993 m. liepos 1 d. LBV nutarimu Nr. 16 nustatoma, kad Lietuvos komercinio banko pagrindinis kapitalas negali būti mažesnis kaip 5,0 mln. ECU.

4.1.2. Banko operacijos

Bankas turi teisę atlikti šias operacijas:

- 1) priimti indėlius ir kitas gražintinas lėšas į klientams atidarytas sąskaitas ir jas tvarkyti;
- 2) duoti ir imti paskolas;
- 3) išduoti piniginius laidavimus; garantijas ir kitus laidavimo įsipareigojimus;
- 4) išleisti mokėjimo dokumentus (čekius, akredityvus, vekselius ir kt.) ir atlikti su jais operacijas;
- 5) atlikti operacijas su vertybiniais popieriais (akcijomis, obligacijomis ir kt.);
- 6) atlikti operacijas užsienio valiuta;
- 7) pirkti ir parduoti tauriuosius metalus;
- 8) išleisti ir tvarkyti kreditines pinigines priemones;
- 9) priimti saugoti iš klientų vertybes ir nuomoti klientams banko saugykloje seifų kameras vertybėms ir dokumentams saugoti;
- 10) teikti paslaugas ir konsultacijas bankų veiklos, finansų ir kliento investicijų tvarkymo klausimais;
- 11) supirkti skolos įsipareigojimus;
- 12) užsiimti finansiniu tarpininkavimu (agento veikla);
- 13) vykdyti pinigų tvarkymo operacijas (grynųjų pinigų inkasavimas ir saugojimas, monetų ir banknotų skaičiavimas, jų tikrumo ir tinkamumo naudoti apyvartoje tikrinimas bei pakavimas prieš gražinimą į apyvartą);
- 14) atlikti kitas Lietuvos banko teisės aktuose nustatytas operacijas.

4.1.3. Bankų veiklos riziką ribojantys normatyvai

1996 m. kovo 6 d. Lietuvos banko valdybos nutarimu buvo patvirtinti *Banko veiklos riziką ribojantys normatyvai*. Šiuo metu yra taikomi tokie banko veiklos riziką ribojantys normatyvai:

- 1) Kapitalo pakankamumo normatyvas. Rodiklis išreiškiamas banko kapitalo ir turto (aktyvų) bei nebalansinių įsipareigojimų, įvertintų pagal riziką, santykiu. Reikalaujama, kad minėtas santykis būtų ne mažesnis kaip 10 %. Skaičiavimo metodika apibrėžta LB valdybos patvirtintose taisyklėse nutarimu Nr. 293 1996 m. spalio 24 d.
- 2) Likvidumo normatyvas. Banko likvidaus turto santykis su einamaisiais įsipareigojimais. Šis santykis negali būti mažesnis nei 30 procentų. Skaičiavimo metodika apibrėžta Lietuvos banko valdybos patvirtintomis taisyklėmis nutarimu Nr. 54 1996 m. kovo 7 d.
- 3) Maksimalios atviros pozicijos užsienio valiuta ir tauriaisiais metalais normatyvas. Leidžiamas maksimalios bendrosios atviros pozicijos dydis - ne daugiau kaip 25 procentai banko kapitalo, o vienos valiutos ar tauriųjų metalų maksimalios atviros pozicijos dydis - ne daugiau kaip 15 procentų banko kapitalo. Rodiklio skaičiavimo metodika apibrėžta LB valdybos patvirtintose taisyklėse nutarimu Nr. 11 1997 m. sausio 16 d.
- 4) Maksimalios paskolos sumos vienam skolininkui normatyvas. Paskolų suma vienam skolininkui neturi viršyti 25 procentų banko kapitalo. Skaičiavimo metodiką apibrėžia LB valdybos patvirtintos taisyklės nutarimu Nr. 267 1996 rugsėjo 12 d.
- 5) Didelių paskolų normatyvas. Banko suteiktų didelių paskolų bendroji suma neturi viršyti 800 procentų banko kapitalo.

4.1.4. Komerinių bankų veiklos priežiūra ir poveikio priemonės

Lietuvos centrinis bankas yra Lietuvos bankas, kuriam įstatymais pavesta vykdyti bankų veiklos priežiūros funkciją. Lietuvos bankas prižiūri Lietuvos banko licenciją turinčių bankų ir kitų kredito įstaigų veiklą.

Lietuvos bankas turi teisę:

- 1) gauti informaciją, reikalingą priežiūros funkcijai atlikti;
- 2) inspektuoti bankus ir kitas kredito įstaigas bei jų padalinius, tikrinti jų sąskaitas, buhalterinius ir kitus dokumentus;
- 3) leisti taisykles, instrukcijas ir kitus teisės aktus, imtis priemonių, reikalingų efektyviam kredito sistemos funkcionavimui užtikrinti;
- 4) taikyti Lietuvos Respublikos įstatymuose numatytas poveikio priemones bankams ir kitoms kredito įstaigoms, pažeidusioms įstatymus bei Lietuvos banko teisės aktus arba kai jų rizikinga veikla gali pakenkti finansinės sistemos stabilumui, klientų ir investitorių interesams, arba kai jos savo veikla siekia monopolizuoti kai kurias Lietuvos Respublikos finansinės sistemos sritis.

Informacija, kurią Lietuvos bankas gauna iš bankų ir kitų kredito įstaigų jų priežiūros tikslui, negali būti skelbiama viešai ar perduota kitoms valstybės valdymo, kontrolės ir teisėsaugos institucijoms, išskyrus įstatymų numatytus atvejus.

Lietuvos bankas turi teisę patikrinti sąskaitas, buhalterinius ir kitus dokumentus bet kurio ūkio subjekto, kuris Lietuvos banko turimomis žiniomis verčiasi kredito įstaigos veikla be Lietuvos banko licencijos.

Lietuvos bankas, norėdamas apsaugoti indėlininkų interesus, užtikrinti banko ir bankų sistemos saugumą, patikimumą ir stabilumą, turi teisę bankams taikyti tokias priemones:

- 1) įspėti banką dėl jo veiklos trūkumų ir pažeidimų bei nustatyti jų pašalinimo terminus;

- 2) įstatymų nustatyta tvarka skirti banko vadovams administracines nuobaudas;
- 3) laikinai ar visam laikui atšaukti leidimą atlikti vieną, kelias ar visas operacijas (moratoriumas);
- 4) laikinai ar visam laikui atšaukti leidimą banko filialo (skyriaus), filialų (skyrių) veiklai;
- 5) reikalauti nušalinti ar nušalinti banko valdybos narį (narius) ar administracijos vadovą;
- 6) reikalauti sustabdyti ar sustabdyti banko tarybos nario (narių) įgaliojimus;
- 7) sustabdyti banko tarybos įgaliojimus, nušalinti banko valdybą, administracijos vadovą ir paskirti banko laikinąjį administratorių, o jei reikia - ir jo padėjėjus;
- 8) apriboti disponavimą sąskaitomis, esančiomis Lietuvos banke;
- 9) atšaukti banko licenziją.

Lietuvos bankas aukščiau išvardintas poveikio priemonės taiko esant bent vienam iš šių pagrindų:

- 1) Lietuvos bankui suteikta neteisinga informacija;
- 2) Lietuvos bankui nepateikta būtina bankų priežiūrai vykdyti informacija ar dokumentai;
- 3) nesilaikyta nustatytų normatyvų;
- 4) pažeisti Lietuvos Respublikos įstatymai ar kiti teisės aktai.

4.2. Ekonominė aplinka

Šiuo metu yra gana sudėtinga vienareikšmiškai įvertinti Lietuvos ekonominę situaciją. Iš vienos pusės matyti akivaizdūs Lietuvos ūkio atsigavimo bei kilimo požymiai, tačiau, iš kitos pusės, egzistuoja nemažai problemų, rodančių, jog Lietuvos ūkio krizė dar nėra visiškai įveikta. Nežiūrint to, galima drąsiai tvirtinti, kad 2000 metai buvo lūžio metai, pereinant iš ekonominio nuosmukio į pakilimo stadiją.

4.2.1. Bendrasis vidaus produktas

Vienas pagrindinių Lietuvos ūkio būklę atspindinčių rodiklių yra bendrasis vidaus produktas (BVP). Lentelėje pateikiami duomenys apie BVP apimtį veikusiomis kainomis bei BVP kasmetinį pokytį palyginamomis kainomis.

1. lentelė

Bendrasis vidaus produktas

	1996	1997	1998	1999	2000*
BVP, veikusiomis kainomis, mln. Lt	31569	38201	42999	42597	44900
BVP kasmetinis pokytis palyginamomis kainomis, proc.	4,7	5,7	4,4	-4,1	2,9

* išankstiniai duomenys

Daugiausia pridėtinės vertės sukuria trys veiklos rūšys: apdirbamoji pramonė - 21,0 proc., prekyba -15,5 proc. bei transportas ir sandėliavimas - 12,0 proc.

4.2.2. Užsienio prekyba

Statistikos departamento duomenimis, 2000 m. pagal bendrąją prekybos sistemą Lietuvos užsienio prekybos apyvartos apimtis sudarė 37063,5 mln. Lt: iš Lietuvos eksportuota 15237,5 mln. Lt vertės prekių, importuota 21826,0 mln. Lt vertės. Palyginti su 1999 m., prekių apyvarta padidėjo 18,2 proc., eksportas - 26,8 proc. (arba 3222,3 mln. Lt), o importas – 12,9 proc. (arba 2488,1 mln. Lt). Užsienio prekybos deficitas sudarė 6588,5 mln. Lt ir, lyginant su 1999 m., sumažėjo 10 proc. (arba 734,1 mln. Lt)

Svarbiausios Lietuvos užsienio prekybos partnerės pagal bendrąją prekybos sistemą 2000 m. buvo šios šalys: Rusija (eksportas –7,1 proc. bendro eksporto, importas - 26,7 proc. bendro importo), toliau - Vokietija (atitinkamai 14,3 proc. ir 17 proc.), Latvija (15 proc. ir 3,9 proc.), Lenkija (5,5 proc. ir 6,3 proc.), Jungtinė Karalystė (7,8 proc. ir 4,3 proc.).

4.2.3. Infliacija

Metinės infliacijos tempai Lietuvoje stabiliai mažėjo, kol 1999 metais pasiekė 0,3 procentų lygį. Tokią mažą infliaciją sukėlė bendras Lietuvos ūkio nuosmukis bei mokios paklausos sumažėjimas. 2000 metais, atsigaunant Lietuvos ūkiui bei didėjant BVP, infliacija padidėjo ir sudarė apie 1,4 procentus:

2. lentelė

Metinės infliacijos kitimas 1996 - 2000 metais

	1996	1997	1998	1999	2000*
Metinė infliacija	13,1	8,4	2,4	0,3	1,4

* negalutiniai duomenys

4.2.4. Užimtumas ir nedarbas

Vidutinis metinis nedarbo lygis nuo 1996 m. stabiliai mažėjo, tačiau dėl 1998 metų Rusijos krizės poveikio Lietuvos ūkiui nuo 1998 metų vidurio pakeitė kryptį ir ėmė grėsmingai didėti:

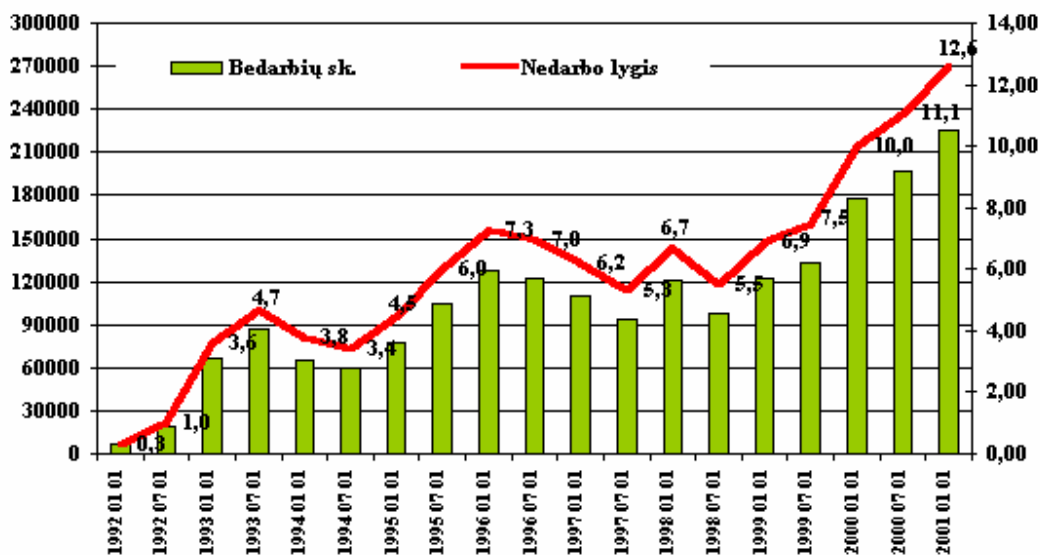
3. lentelė

Vidutinis metinis nedarbo lygis Lietuvoje 1996 - 2000 metais

	1996	1997	1998	1999	2000
Vidutinis metinis nedarbo lygis	7,1	5,9	6,4	8,4	12,6

Šalies nedarbo lygis darbo biržos duomenimis 2001 m. sausio 1 d. sudarė 12,6 proc. ir, lyginant su praėjusių metų sausio 1 d., padidėjo 2,6 procentinio punkto. Nedarbo lygio augimo tempai buvo mažesni negu 1999 metais. Didžiausias nedarbo augimas užfiksuotas sausio, liepos ir gruodžio mėnesiais. Pirmą kartą darbo rinkoje nebuvo ryškių sezoninių nedarbo lygių svyravimų, t.y. vasaros mėnesiais jis beveik

nesumažėjo. Vyrų nedarbo lygis viršijo moterų nedarbo lygį beveik 2 procentiniais punktais (atitinkamai 13,5 ir 11,6 proc.). Jaunimo nedarbo lygis buvo aukščiausias – 15,3 proc.



6. pav. Nedarbo lygio dinamika 1992 - 2000 metais

4.2.5. Investicijų dinamika

Išankstiniais Statistikos departamento duomenimis per 2000 metus šalies teritorijoje materialinės investicijos sudarė 5163,1 mln.litų. Lyginant su 1999 metais, materialinės investicijos sumažėjo 2 proc., o valstybės sektoriuje – 20,8 procento. Pagrindinis finansavimo šaltinis yra ūkio subjektų nuosavos lėšos - 69,6 proc. visų investicijų. Žymiai sumažėjo investicijos finansuojamos iš nacionalinio biudžeto – 60,3 procento. Lyginant su 1999 metais, valstybės ir savivaldybių biudžetų lėšomis finansuojamos investicijos sumažėjo atitinkamai 71,3 ir 47,3 procento. Pabrėžtina, kad, investicijos finansuojamos valstybės biudžeto lėšomis, žymiai mažėja nuo 1999 metų: 1999 metais sumažėjo 59,1 proc., o 2000 metais jau – 71,3 procento; taip pat mažesnis privataus sektoriaus investicijų finansavimas iš užsienio (-34,2 proc.) bei tokios pat išliko Respublikos bankų paskolos (+0,9 proc.). Bendroje investicijų apimtyje 2000 metais

valstybinio sektoriaus investicijos sudarė 39,7 procento. Pagal investicijų struktūrą, daugiausia investicijų buvo skiriama pastatų, inžinerinių statinių statybai ir remontui – 56,4 proc., įrengimų, mašinų, transporto priemonių įsigijimui – 43,4 proc., tačiau ypatingai mažai žemei ir kitoms išlaidoms (melioracijai) – 0,2 procento. Pagal ekonominės veiklos rūšis: apdirbamajai pramonei buvo skirta 21,2 proc. (2000 m. III ketv. atitinkamai buvo 20,5 proc.) investicijų, transportui ir sandėliavimui – 15 proc. (16 proc.), gyvenamųjų namų statybai – 9,2 proc. (10,9 proc.), elektros, dujų ir vandens tiekimui – 7,9 proc. (7,7 proc.), paštui ir nuotoliniam ryšiui – 9 proc. (9,3 proc.).

4.3. Bankininkystės sektoriaus analizė

4.3.1. Bendra apžvalga

2000 m. gruodžio pabaigoje veikė 10 komercinių bankų (įskaitant užsienio banko dukterinį banką – ‘‘HANSABANKAS’’) ir Turto bankas.

4. lentelė

Komerciniai bankai ir jų padaliniai

Laikotarpio pabaigoje	Bankų skaičius	Filialų (skyrių) bei atstovybių skaičius
1999 03	10	178
06	11	178
09	10	172
12	10	172
2000 03	9	153
06	9	163
09	10	159
12	10	159

Gruodžio pabaigoje Lietuvoje taip pat veikė Lenkijos “Kredyt Bank S.A.”, Vokietijos banko Norddeutsche Landesbank Girozentrale ir Suomijos banko Merita Bank Plc Vilniaus skyriai ir 5 užsienio bankų atstovybės.

Ketvirčio pabaigoje buvo 38 kredito unijos, turinčios veiklos licenciją.

4.3.2. Pagrindiniai bankų veiklos rodikliai

Pagrindiniai bankų veiklos rodikliai pateikiami 5. lentelėje.

5. lentelė

Balansinės pavadinimas	ataskaitos straipsnio	Pagrindiniai bankų rodikliai			Pokytis per IV ketvirtį (proc.)	Pokytis per metus (proc.)
		Suma	Suma	Suma		
		2000 01 01	2000 10 01	2001 01 01		
Turtas		11242,2	12582,4	13090,0	4,0	16,4
Indėliai ir akredityvai		6940,1	8373,8	8595,6	2,6	23,9
iš jų gyventojų indėliai		3986,2	4607,6	5043,3	9,5	26,5
Suteiktos paskolos*		5910,6	5686,3	5917,1	4,1	0,1

* įtrauktos paskolos bankams ir finansų institucijoms

Iš lentelės matyti, kad bankų turtas per metus padidėjo 16,4 procento, ypač ženkliai padidėjo indėlių ir akredityvų apimtys - net 23,9 procento, tačiau suteiktų paskolų apimtis padidėjo labai nežymiai - tik 0,1 procento.

4.3.3. Rezidentų indėlių struktūra

Rezidentų indėlių struktūra grąžinimo terminais pateikiama 6. lentelėje.

Rezidentų indėlių struktūra grąžinimo terminais (procentais)

Laikotarpio pabaigoje	Iš viso	Iki 1 mėn.	1-3 mėn.	3-6 mėn.	6-12 mėn.	1-2 m.	daugiau kaip 2 metai
Litais							
1999 m.	1752,7	1184,8	241,4	190,3	105,1	30,7	0,4
IV ketv.	100,0	67,6	13,8	10,9	6,0	1,8	0,0
2000 m	2324,5	1664,3	313,1	205,7	113,2	27,8	0,4
I ketv.	100,0	71,6	13,5	8,8	4,9	1,2	0,0
II ketv.	2375,4	1638,0	332,7	234,5	130,8	36,5	2,8
	100,0	69,0	14,0	9,9	5,5	1,5	0,1
III ketv.	2846,6	2129,1	312,5	250,5	117,2	36,5	2,8
	100,0	74,8	11,0	8,8	4,1	1,3	0,0
IV ketv.	3311,2	2548,6	249,7	290,0	161,2	60,4	1,4
	100,0	77,0	7,5	8,8	4,9	1,8	0,0
Užsienio valiuta							
1999 m.	2302,1	1005,3	583,4	486,0	185,4	62,2	0,3
IV ketv.	100,0	43,7	25,3	21,1	8,1	2,7	0,0
2000 m	2735,0	1454,8	546,7	498,5	191,1	35,7	8,1
I ketv.	100,0	53,2	20,0	18,2	7,0	1,3	0,3
II ketv.	3495,1	2069,9	548,8	539,3	269,4	57,4	10,1
	100,0	59,2	15,7	15,4	7,7	1,6	0,3
III ketv.	3549,0	2139,1	550,2	521,0	280,6	57,8	0,2
	100,0	60,3	15,5	14,7	7,9	1,6	0,0
IV ketv.	4113,6	2340,6	585,1	712,0	356,6	117,6	1,7
	100,0	56,9	14,2	17,3	8,7	2,9	0,0

Iš lentelės matyti, kad rezidentų indėlių struktūroje pagal grąžinimo terminus dominuoja trumpalaikiai indėliai, kurių trukmė ne ilgesnė kaip 1 mėnuo. Jų bendra suminė išraiška sudaro net 77,0 procento (litais) bei 56,9 proc. (užsienio valiuta). Taigi, apie ilgalaikio taupymo nacionaline valiuta atsigavimą kalbėti netinka.

Didžioji indėlių litais bei užsienio valiuta dalis turi bendrą bruožą, būdingą indėliams iki pareikalavimo ir aptarnauja ūkines operacijas, tuo tarpu taupymo funkciją atliekantys indėliai yra "pulsuojantys", t.y jie padedami trumpam laikotarpiui ir periodiškai pratęsiama, jeigu situacija nepablogėja.

Pastaruoju metu praktiškai nestebima jokių žymesnių pokyčių bankų priimtų terminuotų indėlių struktūra, tačiau žymiai kinta jų apimtis. Pavyzdžiui, vien per 2000 m. IV ketvirtį bankai priėmė du kartus

daugiau indėlių nei prieš metus tuo pačiu metu. Šie faktai rodo augantį pasitikėjimą tiek nacionaline valiuta, tiek ir komerciniais bankais apskritai.

4.3.4. Paskolų rezidentams struktūra

Tuo tarpu paskolų struktūroje pagal gražinimo terminus akivaizdžiai matyti, kad čia dominuoja paskolos, kurių gražinimo terminas yra nuo 6 mėnesių iki 12 mėn. (litais) ir paskolos, kurių gražinimo terminas 1-5 metai (užsienio valiuta). Jų bendra suminė išraiška sudaro 48,5 proc. visų paskolų rezidentams litais ir 43,9 proc. paskolų užsienio valiuta.

7. lentelė

Paskolų struktūra gražinimo terminais (procentais)

Laikotarpio pabaigoje	Iš viso	iki 1 mėn.	1-3 mėn.	3-6 mėn.	6-12 mėn.	1-5 m.	daugiau kaip 5 metai
Litais							
1999 m.	289,7	39,1	25,7	58,8	58,1	86,7	21,5
IV ketv.	100,0	13,5	8,9	20,3	20,1	29,9	7,4
2000 m	167,8	8,0	13,0	14,4	99,4	23,6	9,5
I ketv.	100,0	4,8	7,7	8,6	59,2	14,1	5,7
II ketv.	476,9	0,7	23,1	60,4	267,3	102,3	23,2
	100,0	0,1	4,8	12,7	56,0	21,5	4,9
III ketv.	404,9	7,1	10,4	25,0	220,4	78,7	63,3
	100,0	1,8	2,6	6,2	54,4	19,4	15,6
IV ketv.	365,2	6,5	14,0	46,0	177,2	99,1	23,0
	100,0	1,8	3,8	12,6	48,5	27,1	6,3
Užsienio valiuta							
1999 m.	753,4	18,3	52,2	51,1	291,2	265,6	75,0
IV ketv.	100,0	2,4	6,9	6,8	38,7	35,3	10,0
2000 m	641,3	35,0	60,8	45,8	314,7	148,3	36,8
I ketv.	100,0	5,5	9,5	7,1	49,1	23,1	5,7
II ketv.	765,4	26,2	25,6	48,0	323,5	265,0	77,2
	100,0	3,4	3,3	6,3	42,3	34,6	10,1
III ketv.	650,9	10,5	20,6	49,7	305,8	162,0	102,1
	100,0	1,6	3,2	7,6	47,0	24,9	15,7
IV ketv.	643,9	2,9	36,5	16,6	213,2	2821,8	91,8
	100,0	0,5	5,7	2,6	33,1	43,9	14,3

Taigi, matyti, jog idėlininkai nėra pasirengę padėti indėlius ilgesniam periodui, kai tuo tarpu bankų klientai paprastai reikalauja ilgesnės trukmės paskolų.

Deja, tenka daryti išvadą, kad praėjusiais metais kreditavimo procesas taip ir netapo ūkio plėtros skatinimo varikliu. Sparčiai didėjant nedarbui, namų ūkiai mėgino apsidrausti nuo galimų netikėtumų daugiau taupydami, privačių įmonių lėšos bankuose padidėjo dėl šio tokio jų finansinių rodiklių pagerėjimo. Tačiau nesusidarė pakankamai patikimų skolininkų, kurie galėtų pasinaudoti išaugusiais bankų ištekliais, ypač kadangi verslo perspektyva nebuvo vertinama palankiai.

4.3.5. Palūkanų normos

Vidutinių rezidentų indėlių bei paskolų metų palūkanų normų rodikliai pateikiami 8. lentelėje.

8. lentelė

Vidutinės rezidentų indėlių bei paskolų metų palūkanų normos

	Trumpalaikiai		Ilgalaikiai	
	indėliai	paskolos	indėliai	Paskolos
Litais				
1999 03	4,57	13,61	7,24	11,73
06	3,93	12,64	7,86	12,09
09	4,35	12,94	8,04	12,00
12	5,48	16,86	10,19	10,06
2000 03	3,67	14,14	9,78	11,68
06	3,42	12,19	8,50	11,74
12	3,26	11,23	8,49	10,68
Užsienio valiutomis				
1999 03	4,31	11,75	5,44	11,10
06	4,34	12,09	5,71	10,75
09	4,46	11,29	5,43	11,07
12	4,11	11,60	5,92	11,15
2000 03	4,49	10,71	5,74	10,94
06	4,40	10,83	5,91	10,41
12	4,62	10,68	6,19	9,04

Matyti, jog trumpalaikių indėlių litais vidutinė metų palūkanų norma 2000 metų pabaigoje buvo 3,26 procento, o užsienio valiutomis - 4,62 procento. Ilgalaikių rezidentų indėlių litais vidutinė metų palūkanų norma 2000 metų antro ketvirčio pabaigoje buvo 8,49 procento, o užsienio valiutomis - 6,19.

Trumpalaikių paskolų litais vidutinė metų palūkanų norma 2000 metų antro ketvirčio pabaigoje buvo 11,23 procento, o užsienio valiutomis - 10,68 procento. Ilgalaikių paskolų litais vidutinė metų palūkanų norma 2000 metų antro ketvirčio pabaigoje buvo 10,68 procento, o užsienio valiutomis - 9,04.

4.3.6. Lietuvos komercinių bankų rodiklių lyginamoji analizė

2000 m. birželio pabaigoje Lietuvoje veikė 10 komercinių bankų. Šių bankų veiklos pagrindiniai rodikliai 1999 m. gruodžio 31 d. pateikiami lentelėje:

9. lentelė

Pagrindiniai bankų veiklos rodikliai (tūkst. Lt)

	VB	LTB	HB	LŽŪB	Snoras	MB	ŠB	Parex
Turtas	3335,2	3168,5	84,9	1541,2	505,2	104,5	162,2	169,2
Suteiktos paskolos	1650,7	1132,0	34,8	676,2	223,6	45,9	99,9	134,1
Indėliai	1801,2	2610,9	42,3	826,1	301,2	53,9	87,8	-
Akcininkų nuosavybė	513,7	251,6	29,1	121,2	155,1	16,2	37,8	44,4
Grynasis pelnas	74,2	16,6	(3,9)	11,8	8,2	1,2	1,8	0,7

Pagal valdomo turto apimtį didžiausi trys Lietuvos komerciniai bankai išsidėsto taip: Vilniaus bankas, Lietuvos taupomasis bankas, Lietuvos Žemės ūkio bankas.

Grupuodami bankus pagal 1999 m. ataskaitinių metų grynojo pelno rodiklį gauname analogišką eilę, t.y. Vilniaus bankas, Lietuvos taupomasis bankas bei Lietuvos Žemės ūkio bankas.

Analizuojant bankininkystės sektorių svarbu turėti omenyje tai, kad tiek Lietuvoje, tiek ir visame pasaulyje vyksta konsolidacijos arba bankų jungimosi procesai, kurie keičia bankų valdomo turto apimtis. Be to, Lietuvoje šiuo metu vyksta valstybinių bankų privatizavimo procesas.

Šiuo metu Turto fondas pasirašė valstybei priklausančių akcijų pirkimo-pardavimo sutartį su LTB panorusiais įsigyti Hanzabanko atstovais. Be to, Hanzabankas priklauso Švedijos bankų grupei, kuri artimiausiu metu gali susijungti su Scandinaviska Enskilda Banken grupe, kuriai priklauso Vilniaus bankas.

Lietuvos žemės ūkio bankas yra vienas iš valstybinių komercinių bankų ir šiuo metu jis yra privatizuojamas.

5. NAUJŲ BANKINIŲ PRODUKTŲ DIEGIMAS KAIP BANKŲ VERSLO PLĖTROS PAGRINDAS

5.1. Išvestiniai valiutos keitimo produktai

5.1.1. Išvestinių vertybinių popierių istorijos santrauka

Apie 1840 –uosius metus Čikaga pradėjo vystytis į prekybos centrą ūkininkams iš kaimyninių valstijų [29; 11]. Derliaus sezonais ūkininkai vykdavo į Čikagą pardavinėti savo grūdų. Neretai būdavo tiek daug atvežta grūdų, jog ūkininkai juos skandindavo Mičigano ežere, kadangi paprasčiausiai vienu metu nebūdavo pakankamo kiekio pirkėjų. Iš kitos pusės, pavasarį būdavo grūdų pasiūlos stygius. Žiemos sezonais upės būdavo užšalusios, taigi grūdų gabenimas baržomis upėmis į Čikagą prekybai buvo neįmanomas, tuo tarpu pavasario sezonais geležinkelių keliai būdavo tiek apsemti purvo, jog traukinių eismas nebūdavo įmanomas taip pat.

Veikiant pasiūlos ir paklausos dėsniai, teigiančiam, kad kaina krenta, esant pasiūlos pertekliui bei kyla, kai paklausa nėra patenkinama, rudenį grūdų kainos krisdavo, tuo tarpu pavasarį jų kainos kildavo astronomiškai [29; 15].

Keletas sumanesnių grūdų prekyautojų nutarė susivienyti ir 1848 metais jie įsteigė organizuotą grūdų biržą, vadinamą Čikagos Prekybos Taryba (Chicago Board of Trade). Buvo įsteigta organizuota birža, turinti centralizuotą susitikimų vietą, tuo tarpu turtingi investuotojai pasinaudoję šia proga, sudalyvavo pastatyme stambių silosų grūdams, vartotiniams ištisus metus. To pasėkoje, susibalansavo pasiūla ir paklausa, bei buvo nustatytas gana stabilus grūdų kainų lygis.

1874 metais prekybininkai suformavo Čikagos Gamybos Biržą (Chicago Produce Exchange- angl.), kuri prekiaavo sviestu, kiaušiniais ir kitais žemės ūkio produktais. Vėliau paminėtoji birža bu pavadinta Čikagos Sviesto ir Kiaušinių Taryba (Chicago Butter and Eggs Board).

Laikui einant, biržoje pradėta prekiauti plačia įvairovė prekių, ir 1919 metais birža bu tinkamiau pavadinta Čikagos Prekybinė Birža (Chicago Mercantile Exchange - CME). Dalimi tuo metu prekiajamų produktų buvo bulvės, svogūnai bei raguočių (cattle- angl.) oda. 1950 metų pabaigoje buvo įtraukti į prekybą kalakutai ir šaldyti kiaušiniai.

CME moderni ekspansija prasidėjo 1961 metais, kai ši birža pradėjo prekybą šaldytų kiaulienos papildvų ateities kontraktais (frozen pork belly futures- angl.).

Ateities, išankstinių bei opcionų kontraktai taip pat vystėsi ir Vakarų, Pietvakarių Europoje, o taip pat ir Japonijoje, tačiau organizuočiausiai tai buvo atlikta JAV.

Šiuo metu biržose prekiaujama kontraktais šioms prekėms bei finansiniams instrumentams:

- žemės ūkio produktai
- miškininkystės produktai
- finansiniai instrumentai
- valiutos
- energetikos produktai
- kt.

Sugrįžtant prie išvestinių popierių istorijos, priminsiu, kad biržos įsteigimas prisidėjo teigiamai prie kainų lygio stabilizavimo, tačiau nuo kitų faktorių, neigiamai įtakojančių kainų lygį, liko neapsidrausta. Tai būtų, pavyzdžiui, gamtinės kilmės nelaimės, karai ir taip toliau.

Išankstinis (cash forward- angl.) kontraktas būdavo sudaromas ūkininkų ir prekybininkų, siekiant minimizuoti kainų nestabilumo riziką.

Šiuo kontraktu ūkininkas ir prekybininkas sutardavo dėl kainos prekės, kuri bus pateikta ateityje. Pagal tokį kontraktą prekėmis ir pinigais nepasikeičiama iki tam tikros datos ateityje.

Kaip bebūtų, toks kontraktas dar nepanaikino rizikos, kad kuri nors pusė neįvykdys savo įsipareigojimų. Pavyzdžiui, ūkininkų sutarta kaina gali pasirodyti ateityje nepalanki, jei rinkoje jis turi galimybę parduoti brangiau, tuo tarpu prekybininkas gali pageidauti rinkoje nusipirkti prekių pigiau, nei kad už nustatytą iš anksto kontraktinę kainą.

Tokio pobūdžio problemų sprendimas atiteko formalioms biržoms. Šios nustatė standartus kokybei ir vienetiniams matavimams kiekvienai prekei. Tai lėmė galimybę prekiauti kontraktais, nurodančiais kiekį, kokybės reikalavimus, kontrakto galiojimo pasibaigimo ir tiekimo datas.

Šie standartizuoti kontraktai išsivystė į ateities (futures - angl.) kontraktus.

Ateities kontraktas – tai standartizuotas susitarimas pirkti ar parduoti tam tikrą prekę ar finansinį instrumentą, turintis nustatytus kiekį, kokybės reikalavimus, kontrakto galiojimo pasibaigimo ir tiekimo datas.

Kadangi ateities kontraktai, būdami standartiniais, galėjo būti keičiami iš rankų į rankas daugelį kartų, iškili būtinybė metodo, sujungti galutinį pirkėją su pardavėju. Buvo išvystytos kliringo operacijos, skirtos žymėti visas transakcijas ir dokumentų tiekimą iš pardavėjų pirkėjams. Kliringo operacijos taip pat padėjo anuliuoti / įvykdyti (offsetting - angl.) ateities kontraktus, kadangi jie buvo standartizuoti ir keičiami. “Offsetting’as” suteikė galimybę žmonėms, nenorintiems fizinio prekės tiekimo, prekiauti tam tikra preke. Tik apytikriai 3 proc. kontraktų pasibaigia fiziniu prekių ar finansinių instrumentų pateikimu.

Kita esminė kliringo operacijų funkcija – būti trečia šalimi kiekvienoje transakcijoje – pirkėju kiekvienam pardavėjui bei pardavėju kiekvienam pirkėjui. Faktiškai, pardavėjas parduoda Kliringo “namams/ centrui” (Clearing House - angl.), o pirkėjas perka iš Kliringo centro [29; 51].

Kontraktų standartizavimas bei kliringo operos taip pat prisidėjo teigiamai prie rinkos efektyvumo padidinimo. Likvidžioje rinkoje prekybiniais sandoriais gali būti prekiaujama labai dažnai, o be to,

prekybiniai sandoriai paprastai vykdomi artimomis nustatytoms kontraktuose kainomis. Kuo greičiau yra nustatoma kaina, ir kuo likvidesnė yra rinka, tuo ta rinka yra efektyvesnė.

5.1.2. Valiutos rizika

Valiutinę riziką galime apibrėžti kaip valiutų kursų svyravimo įtaką bendrovės finansiniams rezultatams. Taigi, su valiutine rizika susiduria praktiškai kiekviena įmonė ar organizacija, kuri turi bet kokius ryšius su užsienio šalimis. Mažoje šalyje net ir įmonės, nevykdančios atsiskaitymų užsienio valiuta, yra netiesiogiai paveikiamos užsienio kursų pasikeitimo, nes dėl to pasikeičia verslo aplinka, pvz., įmonės gaminamos prekės konkurencingumas lyginant su importuojama analogiška preke.

Ryškus euro kurso smukimas nuo jo įvedimo 1999 m. sausį skaudžiausiai palietė eksportuotojus į Europos šalis. Eksportą į Rusiją ir NVS šalis labai sumažino rublio devalvacija po 1998 m. rugpjūčio finansinės krizės. Importuotojams, atvirkščiai, užsienio valiutos kurso smukimas buvo naudingas. Bet yra ir priešingų pavyzdžių: tik per 2 su puse mėnesio (nuo 2000.10.26 iki 2001.01.08) euro kursas staiga pakilo daugiau nei 16 % (nuo 0.8225 iki 0.9592 dolerių už 1 eurą).

Lietuvoje kursų svyravimai kol kas “neskausmingi” verslininkams, kurie atsiskaitinėja su užsienio partneriais JAV doleriais, kadangi lito kursas su doleriu fiksuotas. Tačiau išlieka netiesioginė įtaka, jeigu verslas susijęs, pvz., su Europa. Be to, atsiskaitymas doleriais ko gero sukuria tik laikiną saugumo jausmą, nes Lietuvos bankas jau neužilgo (tikriausiai ne vėliau nei 2002 m. pirmoje pusėje) gali susieti litą su euru, ir nuo tada dolerio kursas svyruos lito atžvilgiu taip pat neprognozuojamai, kaip šiuo metu svyruoja euras. Ilgu laikotarpiu neatmetama ir lito devalvacijos tikimybė. Tai būtina turėti galvoje, tiek sudarant ilgalaikius kontraktus su užsienio partneriais, tiek imant ilgalaikes paskolas užsienio valiuta ar pan.

Taigi, per pastaruosius keletą metų turbūt neliko Lietuvoje bendrovės, kurios rezultatams neturėjo įtakos valiutų kursų svyravimai. Deja, draudžiasi tik vienetai.

5.1.3. Valiutų kurso prognozavimas

Valiutų kursų prognozavimas yra sudėtingas procesas, nes kursas įtakoja daugybę veiksnių: valstybės monetarinė politika, ekonominiai, politiniai, gamtiniai (pvz., katastrofos), socialiniai ir psichologiniai (pvz., rinkos dalyvių lūkesčiai) veiksniai. Tarp šios srities profesionalų didelė reikšmė skiriama ir techninei analizei, kuri siekia matematiniais metodais atrasti dėsningumus tarp kurso svyravimų praeityje ir ateityje. Kadangi kursas yra dviejų šalių valiutų vertės santykis, tai jį prognozuojant reikia prognozuoti abiejų šalių reikšmingų veiksnių kitimą, neužmirštant atsižvelgti į kai kurių veiksnių tarpusavio koreliaciją [24].

Ekonomikos teorijoje teigiama, kad efektyvioje rinkoje (kur visi rinkos dalyviai turi vienodą informaciją, yra tobula konkurencija ir t.t.) rinkos kaina teisingai atspindi prekės vertę. Pagrindinių pasaulio valiutų rinkos yra labai likvidžios (likvidžiausia EUR/USD), net stambūs rinkos “rykliai” negali stipriai ir ilgam paveikti rinkos kurso, nauja statistinė ar kita reikšminga informacija labai greitai tampa prieinama plačiajai verslo visuomenei, taigi šių valiutų rinkas galime laikyti labai artimas efektyviai rinkai. Kursas beveik momentaliai adaptuojasi prie pasikeitusių sąlygų, todėl daugeliu atvejų galime teigti, kad pagrindinių konvertuojamų valiutų kursas objektyviai atspindi jų vertę. Todėl tikimybė, kad kursas kils arba smuks, svyruoja apie 50 %. Kitokia situacija su vidutiniškai arba mažai likvidžiomis valiutomis, jeigu kažkuris rinkos dalyvis turi didelę rinkos dalį arba anksčiau gauna reikšmingą informaciją.

Kadangi tiksliai nuspėti, ar kursas kils, ar smuks, neįmanoma (o ir ne visada yra laiko ir noro domėtis bei sekti valiutų kursų svyravimus), tai klientui visada naudingiau apsisaugoti nuo galimo kurso smukimo ir nuostolių, negu tikėtis kurso kilimo ir išlošimo dėl to [13; 52].

5.1.4. Forvardai, svopai, opcionai

Forvardas – valiutos keitimo sandoris, pagal kurį šalys susitaria pirkti - parduoti nurodytas valiutas ateityje pagal sandorio sudarymo dieną susitartą kursą. Kitais žodžiais, forvardas - tai išankstinis valiutos keitimo sandoris [29; 45].

Valiutos forvardai suteikia galimybę pirkti ar parduoti valiutą iš anksto. Taip apsidraudžiama nuo neigiamos valiutų kursų įtakos. Jeigu žinomas įsipareigojimas mokėti kokia nors užsienio valiuta ateityje, galima sudaryti sandorį reikiamai sumai pirkti jau dabar. Pavyzdžiui, jeigu, po trijų mėnesių reikės sumokėti 100,000 eurų, tai klientas kreipiasi į banką ir sudaro eurų pirkimo sandorį, atsiskaitant po trijų mėnesių. Nepriklausomai nuo to, koks bus valiutos keitimo kursas po trijų mėnesių, bankas gauna JAV dolerius, o klientas - eurus tuo kursu, kuriuo buvo sudarytas sandoris.

Forvardai nėra spekuliatyvūs – jie nespėja, koks kursas bus ateityje. Forvardo kursas yra apskaičiuojamas tiksliai pagal formulę, kurią pateikiame toliau.

Klaidinga manyti, kad forvardai - brangi apsidraudimo priemonė. Bankas užsideda tokią pačią pelno maržą, kaip ir keisdamas valiutą, kai atsiskaitoma iškart. Nukrypimą nuo dabartinio kurso lemia keičiamų valiutų palūkanų normos skirtumas. Pvz., perkant eurus už dolerius, forvardo kursas bus nežymiai blogesnis už dabartinį (nes EUR palūkanos žemesnės už dolerio), tačiau jeigu eksportuotojai norės parduoti eurus už dolerius forvardu, tai bankas pagerins kursą lyginant su dabartiniu.

Norėdamas sudaryti forvardo sandorius, klientas turi kreiptis į bet kurį Lietuvos žemės ūkio banko skyrių arba į Lietuvos žemės ūkio banko Išdo departamentą su prašymu suteikti forvardo limitą.

Forvardai su avansiniais mokėjimais skirti tiems, kurie negavo forvardo limitu arba nenori laukti 1-2 savaičių, kol bus svarstomas limitu nustatymo klausimas. Sudaręs tokį forvardą, klientas turi iškart sumokėti avansą, o likusią sumą – suėjus forvardo terminui. Avansinis mokėjimas nustatomas individualiai kiekvienam sandoriui ir paprastai būna 2-10 % nuo sandorio sumos, priklausomai nuo forvardo terminu ir kitų veiksnių.

Forvardai yra sandoriai pirkti ar parduoti valiutą sutartu laiku ateityje dabar nustatytu kursu. Forvardo kursai nėra valiutų kursų prognozės ar spėjimai, jie apskaičiuojami matematiškai. Savaitės išankstinis valiutos kursas tik atsitiktinai gali sutapti su faktišku valiutos kursu po savaitės. Forvardo kursas nustatomas pagal spoto kursą, tarpbankinės rinkos palūkanų normų perkamai ir parduodamai valiutai skirtumą ir pagal forvardo terminą. Be abejo, pagrindinis veiksnys yra dabartinis kursas, todėl forvardo kursas keičiasi iš karto pasikeitus dabartiniam kursui. Paprastai forvardo kurso nukrypimai nuo dabartinio (spot) kurso nebūna dideli.

Svopas arba apsikeitimo sandoris suteikia galimybę apsikeisti valiutomis sutartam terminui. Pavyzdžiui, galima sudaryti sandorį trims mėnesiams, kai klientas atiduoda bankui dolerius, o iš jo gauna litus [29; 85]. Po trijų mėnesių bankas klientui gražina dolerius, o šis bankui - litus. Praktiškai toks sandoris įforminamas kaip du valiutos pirkimo ir pardavimo sandoriai: paprastas (klientas dabar parduoda dolerius už litus) ir forvardo (po mėnesio klientas atperka dolerius už litus). Todėl svopą galime laikyti forvardo atmaina. Kadangi skirtingų valiutų palūkanos skiriasi, tai palūkanų skirtumas yra kompensuojamas jį įskaičiuojant į kainą. Sudaryti svopą yra pigiau, negu du atskirus sandorius (paprastą ir forvardo), nes pastaruoju atveju klientas sumokėtų dvigubą maržą bankui.

Opcionas, arba pasirinkimo sandoris, yra išvestinis instrumentas, kuriuo opciono pardavėjas suteikia opciono pirkėjui teisę pirkti arba parduoti kitą finansinį produktą [29; 98]. Kitas finansinis instrumentas gali būti valiuta, susitarimai dėl palūkanų normų, akcijos ar obligacijos, kitos išvestinės priemonės (pvz., fjučerai) ar net standartinės prekės (pvz., metalai, nafta, grūdai, kava). Čia aptarsime tik valiutų opcionus ir jų panaudojimą valiutinės rizikos valdymui.

Valiutos opcionas (arba pasirinkimo sandoris) yra už tam tikrą mokestį įsigyjama teisė, bet ne įsipareigojimas ateityje pirkti arba parduoti valiutą dabar sutartu kursu. Opcionas leidžia pasirinkti, ar atėjus laikui pirkti valiutą sutartu kursu, ar ne. Sudarius forvardo sandorį, jį vykdyti privaloma net ir esant palankesniai kursui rinkoje, o opciono atveju galima rinktis - sandorį sudaryti rinkos kaina, ar anksčiau sutarta opciono vykdymo kaina.

Už opciono teisę jo pardavėjas (t.y. bankas) gauna tam tikrą mokestį, vadinamą opciono premija, kuri ir yra opciono kaina. Tai yra kompensacija už pardavėjo patiriamą riziką. Opciono premijos veiksniai išvardijami toliau. Formulė yra gana sudėtinga, todėl jos nepateikiame.

Lietuvos žemės ūkio bankas parduoda europietiško tipo opciones, kai opcionu galima pasinaudoti tik termino pabaigoje. Amerikietiško tipo opcionai leidžia pasinaudoti opcionu bet kuriuo momentu opciono galiojimo laikotarpiu. Nepaisant to, kad Lietuvos žemės ūkio bankas parduoda tik europietiško tipo opciones, bet opcioną galima parduoti prieš laiką ir tokiu būdu pakoreguoti terminus. Jums patogiu momentu išpirksime opcioną atgal. Sumokėsime Jums tokią premiją, kiek tuo metu opcionas bus vertas. Jeigu kursas po opciono sudarymo keitėsi Jums naudinga linkme, tai bankas sumokės Jums daug daugiau, negu kad Jūs mokėjote. Jeigu kursas keitėsi priešinga linkme, tai opciono vertė smuko ir mes sumokėsime tik dalį tos sumos (premijos), kurią sumokėjote.

Bankas siūlo dviejų tipų opciones: pirkimo opciones (angl. *call*) ir pardavimo opciones (angl. *put*). *Call* nusipirkęs pirkėjas įgauna teisę nustatytą dieną ateityje pirkti norimą valiutą sutartu kursu. *Put* nusipirkęs pirkėjas įgauna teisę nustatytą dieną ateityje parduoti norimą valiutą sutartu kursu. Bankas įsipareigoja parduoti *call* pirkėjui ir pirkti iš *put* pirkėjo valiutą sutartu kursu ateityje. Tuo tarpu opciono pirkėjas nėra įpareigojamas sandorį vykdyti. Jeigu rinkoje kaina yra geresnė, opcionas pasibaigia juo nepasinaudojus. Kaip taisyklė, opciono teise pasinaudojama, jeigu *call* atveju rinkos kaina būna didesnė, arba *put* atveju - mažesnė, negu sutarta pagal opcioną. Tada *call* pirkėjas opciono dėka galės valiutą nusipirkti pigiau, nei rinkoje, o *put* pirkėjas - brangiau valiutą parduoti, negu rinkoje.

Opcionas yra tuo patrauklus, kad daugiausia ką gali prarasti klientas - tai sumokėtą premiją (sumokėtą kainą už opcioną). Galimas praradimas yra ribotas (tik premija), o naudingo kurso pokyčio rezultatas yra neribotas. Tuo tarpu Bankas, parduodęs opcioną, gali prarasti neribotai, bet, jei opciono teise pirkėjas nepasinaudoja, tai Bankas lieka uždirbęs premiją.

Opcionas panašus į draudimo paslaugą su neribota išmokėjimo suma. Jeigu kursas pasikeičia nenaudingai, bankas perka ar parduoda valiutą senu kursu, taigi savotiškai kompensuoja klientui kurso

pasikeitimo nuostolius. Jeigu kursas keičiasi naudinga klientui linkme, nuostolių dėl kurso nesusidaro ir nieko kompensuoti nereikia. Klientas žinoma praranda sumokėtą “draudimo įmoką” – šiuo atveju opciono premiją.

Kadangi pardavėjo rizika yra didesnė (pajamos fiksuotos - premija, o galimas nuostolis priklauso nuo kurso pokyčių ir yra neribotas), tai jis stengiasi tiksliai įvertinti opciono kainą (premijos dydį). Pardavęs opcioną klientui, Lietuvos žemės ūkio bankas atsiradusią riziką valdo pats, o sukaupęs didesnes sumas gali sudaryti priešingą sandorį su užsienio bankais - partneriais.

Forvardo atveju rizika yra tiesiogiai proporcinga rinkos kurso pokyčiams. Tai reiškia, kad jeigu rinkos kursas pasikeičia 1%, tai ir jūsų pelnas ar nuostolis padidėja 1%. Tuo tarpu opciono sandoris leidžia apriboti nuostolį ir pasinaudoti tik pelnu. Tačiau reikia nepamiršti, kad už opcioną reikia mokėti premiją.

Opciono kainai įtaką daro tokie veiksniai:

S - dabartinis rinkos (spot) kursas;

X - opciono vykdymo kursas (angl. *strike price*);

t - terminas;

i - palūkanų norma;

σ (sigma) – nepastovumas (angl. *volatility*).

Kai opciono galiojimo terminas pasibaigia, jo vertė lygi tiesiog rinkos kurso ir opciono vykdymo kurso skirtumui, kuris vadinamas opciono tiesiogine verte. Jeigu rinkos kursas didesnis už opciono vykdymo kursą, tai yra naudinga įvykdyti pirkimo (*call*) opcioną, o pardavimo (*put*) opcionas yra bevertis ir nebus panaudotas. Atvirkščiai, jeigu pasibaigus opciono terminui jo vykdymo kursas didesnis už rinkos kursą, tai pirkimo (*call*) opcionas bus bevertis ir juo nebus pasinaudota. Opciono tiesioginė vertė lygi:

$$\text{Call opciono tiesioginė vertė} = \text{MAX}[S - X; 0] \quad (1)$$

$$\text{Put opciono tiesioginė vertė} = \text{MAX}[X - S; 0] \quad (2)$$

Tai reiškia, kad opciono vertė, suėjus terminui, yra lygi didesniajam skaičiui iš dviejų: arba nuliui, arba rinkos kurso ir opciono vykdymo kurso skirtumui.

Tuo tarpu, jeigu iki opciono galiojimo pabaigos dar liko laiko, jis turės ne tik tiesioginę vertę, bet ir taip vadinamą laiko vertę, kuri artėjant termino pabaigai mažėja, o pabaigai atėjus tampa lygia nuliui. Tuo tarpu pats opcionas, net jeigu jo tikroji vertė yra nulinė, iki termino pabaigos dar turi laiko vertę. Laiko vertė egzistuoja, nes, kol nesibaigė opciono galiojimo terminas, išlieka tikimybė, jog per likusį laiką rinkos kursas gali pasikeisti tiek, kad viršys vykdymo kursą. Opciono vertę matematiškai galima užrašyti taip:

$$\text{Call vertė} = \text{tiesioginė vertė} + \text{laiko vertė} = \text{MAX}[S - X; 0] + f(S, X, t, i, \sigma) \quad (3)$$

$$\text{Put vertė} = \text{tiesioginė vertė} + \text{laiko vertė} = \text{MAX}[X - S; 0] + f(S, X, t, i, \sigma) \quad (4)$$

Opciono kaina priklauso nuo termino t , nes kuo jis ilgesnis, tuo daugiau rinkos kursas gali pasikeisti tiek į vieną, tiek į kitą pusę. Atsižvelgiama ir į palūkanų normos dydį i , nes pinigai turi laiko vertę, ir, norint apskaičiuoti ateities pinigų srautų dabartinę vertę, reikia srautus diskontuoti palūkanų normos dydžiu.

Opciono vertės (kuri nulemia opciono premiją) priklausomybė nuo atskirų veiksnių, kitiems veiksniams nekintant, pateikta 10. lentelėje.

10. lentelė

Opciono vertės priklausomybė nuo atskirų veiksnių

Veiksnių pokytis	Pirkimo opciono (<i>call</i>) vertė	Pardavimo opciono (<i>put</i>) vertė
Rinkos spoto kursas didėja	Didėja	Mažėja
Opciono vykdymo kursas didėja	Mažėja	Didėja
Opciono terminas mažėja	Mažėja	Mažėja
Palūkanų norma didėja	Didėja	Mažėja
Nepastovumas didėja	Didėja	Didėja

5.1.5. Forvardų ir opcionų panaudojimo sritys

Forvardo ir opciono sandoriais verta naudotis:

1) Eksportuotojams. Jūsų firma gamina Lietuvoje ir veža produkciją į kurią nors Europos šalį. Tokiu atveju už eksportuotą produkciją gaunamos pajamos eurais. Euro kursas JAV dolerio atžvilgiu kinta. Jei euro kursas JAV dolerio atžvilgiu smunka, tai už tą pačią sumą eurų gaunate mažiau JAV dolerių. Jeigu euro kursas kyli, tai už tą pačią sumą eurų gaunate daugiau JAV dolerių. Kitaip tariant, euro kurso smukimas mažins pajamas doleriais, o kurso kilimas didins pajamas doleriais. Kurso svyravimai daro pajamas doleriais nenuspėjamas, ir planavimas pasunkėja. Svyravimus panaikinti galima naudojant forvardus ar opcionus.

2) Importuotojams. Jūsų firma užsiima importu iš kurios nors Europos šalies. Tokiu atveju už importuotą produkciją reikia mokėti eurais, nors pajamos už parduotas prekes gaunamos doleriais ar litais. Euro kursas dolerio atžvilgiu visą laiką kinta. Jei euro kursas dolerio atžvilgiu smunka, tai reiškia, kad norint sumokėti reikiamą sumą eurų, reikės mažiau dolerių. Jeigu euro kursas kyli, tai norint apmokėti už prekes tą pačią sumą eurų, reikės daugiau dolerių. Kitaip tariant, euro smukimas mažins išlaidas doleriais, o euro kilimas didins išlaidas doleriais. Kurso svyravimai daro išlaidas doleriais nenuspėjamomis, ir planavimas pasunkėja. Atsiriboti nuo kurso svyravimų galima naudojant forvardus arba opcionus.

3) Turintiems paskolas užsienio valiuta. Galima forvardą panaudoti ir gavus paskolas valiuta. Jeigu gauta paskola eurais šešioms mėnesiams, o operacijos vykdomos ir pajamos gaunamos litais, tai pirma reikia eurus konvertuoti į litus, o po šešių mėnesių konvertuoti atgal į eurus, bet kurso, už kurį litus keisite į eurus po 6 mėn., jūs nežinote. Gali taip atsitikti, kad dėl kurso pasikeitimo visas projektas bus nuostolingas. Sudariusi forvardo ar opciono sandorius firma sužino, kokios sumos litų reikės valiutos paskolai gražinti ir, nepriklausomai nuo faktinio kurso po šešių mėnesių, galės atsiskaityti.

4) Spekuliuojant valiutomis. Galima naudoti forvardus ar opciones spekuliuoti valiuta, jeigu tikimasi, kad valiutos kursas pasikeis į reikiamą pusę, ir gauti pelną. Jeigu atspėti nepavyktų, būtų patirtas nuostolis. Mažiau rizikinga spekuliuoti ne forvardais, o perkant opciones, nes didžiausia galima prarasti suma yra sumokėta opciono premija.

Kurią išvestinę priemonę ir kada pasirinkti?

Pirmiausia reikia identifikuoti konkrečios bendrovės valiutos kurso riziką: t.y. nustatyti, su kurių valiutų kurso svyravimais susijusi įmonės veikla, kokiai daliai apyvartos kursų svyravimai turi įtakos, ar ta įtaka yra (arba gali būti) reikšminga ir t.t. Reikia atsižvelgti ir į netiesioginę kursų svyravimo įtaką, kuri nėra akivaizdžiai matoma. Pvz., eksportuojama į Europą, bet apmokėjimai gaunami doleriais. Lyg ir rizikos nėra, tačiau jeigu euro kursas smuks, tai tikriausiai nauji kontraktai bus sudaromi jau mažesne kaina dolerių išraiška.

Apsibrėžus valiutos riziką, su kuria susiduria bendrovė, galima pasirinkti jos valdymo būdus:

1. visai nesidrausti;
2. draustis forvardais;
3. draustis opcionais;
4. sąmoningai derinti finansinius srautus (įplaukas ir išlaidas) pagal valiutas;
5. kombinuoti visas aukščiau išvardintas priemones.

Pasirenkant tinkamiausią rizikos valdymo priemonę, siūlome vadovautis dviem pagrindiniais kriterijais:

- vadovybei priimtinas rizikos laipsnis;
- vadovybės nuomonė apie kurso kitimą ateityje.

5.1.6. Lietuvos žemės ūkio bankas - lyderis išvestinių valiutos keitimo produktų srityje

Valdant valiutines rizikas šiandien toliausiai yra pažengęs Lietuvos žemės ūkio bankas, nes:

- Lietuvos žemės ūkio bankas teikia ir forvardus, ir opciones, t.y. abi svarbiausias valiutų rizikos valdymo priemones. Klientas turi galimybę pasirinkti tai, kas labiausiai atitinka jo poreikius ir rizikos laipsnį.
- Forvardais ir opcionais gali naudotis visi: opcionai parduodami bet kurioms bendrovėms be apribojimų. Klientai, kuriems nustatytas forvardo limitas, gali sudaryti forvardus pasitikėjimo pagrindu ir be jokių užstatų. Kiti klientai gali naudotis forvardu su nedideliais avansiniais mokėjimais.
- Ilgiausias sandorių terminas net iki 12 mėnesių.
- Nėra minimalios sumos reikalavimo. Forvardai ir opcionai sudaromi bet kokiai, kad ir pačiai mažiausiai sumai.
- Lankstūs terminai. Forvardo terminą galima šiek tiek pratęsti arba sutrumpinti. Lietuvos žemės ūkio bankas išpirks atgal opcioną prieš terminą jums reikiamu momentu.
- Forvardo limitai nustatomi nemokamai, ir kliento neįpareigoja sudarinėti sandorius.
- Forvardai ne brangesni nei paprastas valiutos keitimas. Populiarindamas forvardus, Lietuvos žemės ūkio bankas taiko tas pačias pelno maržas forvardams, kaip ir paprastam keitimui.
- Patirtis ir kaina. Lietuvos žemės ūkio bankas pirmasis Lietuvoje pradėjo teikti opciono paslaugą.
- Nemokamos konsultacijos valiutų rizikos valdymo klausimais.
- Lietuvos žemės ūkio bankas pastoviai tobulina valiutos rizikos valdymo priemones, ir ateityje planuojame Lietuvoje diegti naujas forvardų bei opcionių atmainas, atsižvelgdami į klientų poreikius.

Reikia pažymėti, kad Lietuvoje naudojimas išvestiniais valiutos keitimo produktais dar netapo plačiai paplitusiu reiškiniu. Kaip pastebi specialistai, pagrindinė to priežastis - informacijos apie šiuos inovatyvius rizikos valdymo produktus trūkumas.

5.2. Internetinės bankininkystės sistema

Veržli informacinių technologijų plėtra iš esmės keičia daugelį žmogaus veiklos sričių. Ne išimtis yra ir bankininkystė. Visame pasaulyje vis sparčiau diegiamos internetinės bankininkystės sistemos, kurios fundamentaliai keičia banko kaip finansinės institucijos sampratą bei veiklos pobūdį. Pagrindinis internetinės bankininkystės sistemos privalumas yra tas, kad banko klientas daugelį standartinių bankinių operacijų gali atlikti būdamas toli nuo banko skyriaus, tokiu būdu internetinės bankininkystės sistemos įgalina bankus keisti savo organizacinę struktūrą, atsisakant skyrių, poskyrių bei filialų.

5.2.1. Pagrindinių IBS savybių apžvalga

Naudodamasis internetinės bankininkystės sistema (IBS) klientas gali:

- matyti savo sąskaitas,
- įvesti ir perduoti bankui mokamuosius pavedimus tarp savo sąskaitų,
- įvesti ir perduoti bankui mokamuosius pavedimus litais ir užsienio valiuta,
- matyti mokėjimų istoriją,
- atlikti periodinius mokėjimus,
- pasikeisti, pirkti ir parduoti valiutą,
- matyti mokėjimo kortelių sąskaitas,
- matyti sąskaitų likučius ir išrašus,
- matyti valiutų kursus ir jų istoriją,
- matyti kartotekų informaciją,
- susivesti savo pastovių verslo partnerių rekvizitus,
- perduoti ir gauti iš banko pranešimus, informaciją,

- pasirinkti kalbą,
- perkelti duomenis iš kliento buhalterinės apskaitos sistemų,
- gauti personaliai jam skirtus pranešimus iš banko ,
- gauti ir siųsti pranešimus į banką .

Vartotojas bent kuriuo paros metu gali matyti savo kortelinių ir ne kortelinių sąskaitų likučius. Pasirinkęs norimą sąskaitą, matys išrašus ar norimo periodo mokėjimų istoriją, taip pat ir periodinių mokėjimų pavedimus.

Pavedimų formos nesudėtingos, intuityviai užpildomos net ir neįgudusio vartotojo. Darbą labai palengvina gavėjų sąrašai, kurie pagal įvestą pavadinimo fragmentą automatiškai užpildo pavidimo formą. Jeigu pavidimas daromas naujam gavėjui, jis automatiškai pateks į gavėjų sąrašą. Vartotojas visada gali papildyti gavėjų rekvizitus, pridėti ir šalinti nereikalingus įrašus.

Sistemoje yra komerciniai ir oficialūs Lietuvos banko lito ir užsienio valiutų santykiai, archyvai pagal datą ar valiutą.

Vartotojas lengvai gali pasikeisti vieną valiutą į kitą. Užtenka nurodyti debetuojamą ir kredituojamą sąskaitas bei keičiamą ar norimą gauti valiutos sumą.

Vartotojas gali atlikti periodinius mokėjimus, nustatyti ar pakeisti šių mokėjimų parametrus. Taip pat gali visiškai sustabdyti periodinio mokėjimo vykdymą. Visada galima peržvelgti periodinio mokėjimo istoriją per tam tikrą periodą.

Jei norima sumokėti ateityje, sudaroma būsimų (laukiamų) mokėjimų eilė. Jie pasirašomi. Bankas juos „pamatys“ ir įvykdys nurodytu laiku automatiškai. Vartotojas visada gali pakeisti ar atšaukti įvestą pavidimą.

Kad būtų aiškiau, vartotojas gali suteikti sąskaitai pavadinimą ar kodą.

Sistema nepriklauso nuo kalbos. Visi sistemos pranešimai suvedami į duomenų bazę ir yra lengvai modifikuojami, papildomi priklausomai nuo banko ar banko kliento poreikių. Sistemos administratorius bet kada gali įvesti naują kalbą - tereikia išversti pranešimus.

Bankas IBS vartotojams gali pateikti informaciją apie banką ir banko teikiamas paslaugas. Ši funkcija ne tik leidžia kiekvienam klientui personaliai pateikti informaciją, bet ir grupuoti klientus, kiekvienai grupei pateikiant tik jai skirtus pranešimus, pasiūlymus.

Sukurta pranešimų sistema. Ši sistema perraugės į išpėjimų sistemą, apimančią ne vieną banko produktų pardavimo (distribucijos) kanalą. Pvz.: vartotojas gauna elektroninio pašto, GSM SMS, fakso žinutę, ar tiesiog išpėjimą interneto naršyklės lange, kai likutis nukrenta žemiau tam tikro lygio ar viršija tam tikrą lygį ir t.t. Vartotojas pats pasirinks norimą pranešimų (išpėjimų) gavimo kanalą.

Jei vartotojas juridinis asmuo ir daro daug pavedimų, jam nereikės du kartus suvedinėti pavedimų. Vieną kartą suvedęs į savo buhalterinės apskaitos programą jis galės tai perduoti bankui.

Internetinės bankininkystės sistemos paprastumas ir suprantamumas apibūdinamas tokiais teiginiais:

- Vartotojo sąsają sudaro dvi dalys: meniu ir rezultatų langas. Meniu visada yra kairėje ekrano pusėje ir vartotojas visada gali pasirinkti norimą funkciją.
- Vartotojo sąsajos elementus parametrizuoja IBS administratorius aprašydamas banko produktą. Tuo būdu, atsižvelgiant į vartotojo poreikius, jo sąsaja gali būti supaprastinta.
- Siekiant pritaikyti mažo pralaidumo interneto linijoms, sistema beveik nenaudoja grafikos elementų.
- Sistemos pranešimai lengvai modifikuojami pritaikant juos banko klientų poreikiams.

5.2.2. IBS saugumas

IBS įrangos apsaugos schemą sudaro šie komponentai:

- Fizinė apsauga (IBS serveriai privalo būti užrakintoje ir tik administratoriams prieinamoje patalpoje).

- Tinklo apsauga (banko vidinis duomenų perdavimo tinklas apsaugotas nuo išorės Firewall sistemomis; IBS Web serveris stovi DMZ zonoje, atskirtoje Firewall serverių; tarpinės (buferinės) duomenų bazės serveris stovi atskirame tinklo segmente).
- Kanalo apsauga (duomenų perdavimo kanalas tarp vartotojo ir IBS Web serverio apsaugotas 128 bitų SSL (SGC) protokolu).
- Operacinės sistemos apsauga (sistemos serverių operacinės sistemos specialiai paruošiamos, kad būtų maksimaliai saugios).
- Aplikacijos apsauga (vartotojų teisių sistema; PIN/TAN technologija; kriptografiniai algoritmai duomenų bazėje).
- Žurnalai (rašomi duomenų ir transakcijų žurnalai; kiekvienas veiksmas sistemoje yra žurnalizuojamas, stebimas ir analizuojamas sistemos administratorių).
- Nesankcionuotų bandymų naudotis sistema prevencija (vartotojo sesijos sekimas; IP adresų blokavimas; įsibrovimo blokavimas).

Saugumo schema tarp kliento ir WEB serverio:

Visi duomenys perduodami iš vartotojo kompiuterio į banko serverį ir atvirkščiai yra apsaugoti. Kanalo apsaugai naudojamas SSL (o tiksliau jo atmaina SGC) protokolas. SSL (Secure Sockets Layer) - tai Netscape Communication Corporation sukurta ir tapusi rinkos standartu technologija, kuri garantuoja saugų duomenų perdavimą internetu. SSL yra įdiegas daugelyje pagrindinių interneto naršyklių ir serverių. SSL šifravimui naudojami 40, 56 ir 128 bitų ilgio raktai. Šiuo metu bankai visame pasaulyje gali naudoti didžiausio saugumo 128 bitų ilgio raktą. 128 bitų atvirųjų raktų algoritmo šifravimas yra milijardus kartų patikimesnis už 40 bitų ir šiuo metu yra laikomas internetu perduodamu finansinių transakcijų šifravimo standartu. Tai net teoriškai atmestina perduodamų duomenų iššifravimo tikimybė. 128 bitų SSL kriptavimą palaiko tik JAV platinamos interneto naršyklės, o CGS - ir Europai skirti

naujausi produktai. Klientui jungiantis prie SGC technologiją naudojančio banko internetinio serverio, net ir 40 bitų naršyklė persijungs į 128 bitų kriptavimą.

Bankai bei kompanijos plečiančios savo verslą internete pasirenka įvairius kliento autentifikavimo kelius. Vieni naudoja klientų sertifikatus (pvz. ScotiaBank), o kiti ne (pvz.: Skandinaviska Enskilda Banken AB, naudojantis ASP technologiją). Tik serverio sertifikavimą pasirinkome ir mes. Nereikia nieko instaliuoti į kliento kompiuterį - užtenka standartinės 128 bitų SSL protokolą palaikančios naršyklės. Nereikia sertifikatų serverio ir su juo susijusių administravimo sunkumų, be to klientas „neprištas“ prie kompiuterio.

Klientų sertifikavimą dažniausiai naudoja labai didelės kompanijos, plečiančios vidinį kompanijos tinklą (intranetą) internete - t.y. kurdamos ekstranetą.

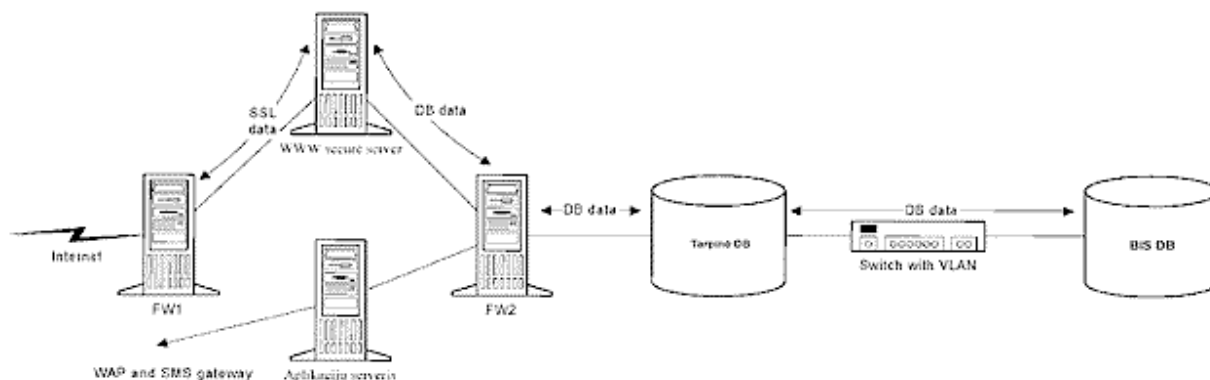
Klientų autentifikacijos būdai:

Šiuo metu naudojama „popierinė“ PIN (personal identification number) ir TAN (transaction authorisation number) technologija. Autentifikacija gali būti realizuota kitu kliento pageidaujamu būdu.

Saugumo schema tarp WEB serverio ir bankinės sistemos:

WEB serveris (stovintis taip vadinamoje DMZ zonoje) komunikuoja su tarpine (buferine) duomenų baze (kuri stovi atskirame tinklo segmente). Bazės procedūros, pagal verslo logiką, saugumo taisyklės komunikuoja su banko informacine sistema. Tarpinė bazė bendrauja su banko informacine sistema per specialias teises banko informacinėje sistemoje turintį vartotoją.

IBS saugumo schema



7. pav. IBS saugumo schema

- FW1 (firewall serveris) praleidžia tik 443 portą (HTTPS protokolas), visus kitus portus filtruoja. Apsaugai padidinti sisteminiai diskai dubliuojami.
- FW2 (firewall serveris) praleidžia tik tarpinės duomenų bazės TCP/UDP portą, visus kitus filtruoja. Apsaugai padidinti sisteminiai diskai dubliuojami.
- Cisco virtualaus tinklo komutatorius su VLAN funkcija (Cisco Switch with VLAN). Į jo virtualų tinklą įtraukti tik tarpinės duomenų bazės, banko informacinės sistemos serverių, šliuzų ir kitas informacines posistemes, administratorių ir operatorių darbo vietas MAC/IP adresai.
- WWW serveris turi du tinklo interfeisus, dirbančius skirtingais IP adresais. Tarp adresų nėra maršrutizavimo.
- Tarpinės duomenų bazės serveris turi du tinklo interfeisus, dirbančius skirtingais IP adresais. Tarp adresų nėra maršrutizavimo.

5.2.3. IBS bankinių produktų pardavimo (distribucijos) kanalai

Sistema yra modulinės struktūros. Kiekvienas modulis, funkcijų rinkinys gali būti integruoti atskirai. IBS administratorius suteikia teises į vieną ar kitą bankinį produktą, funkciją. Sistema gali

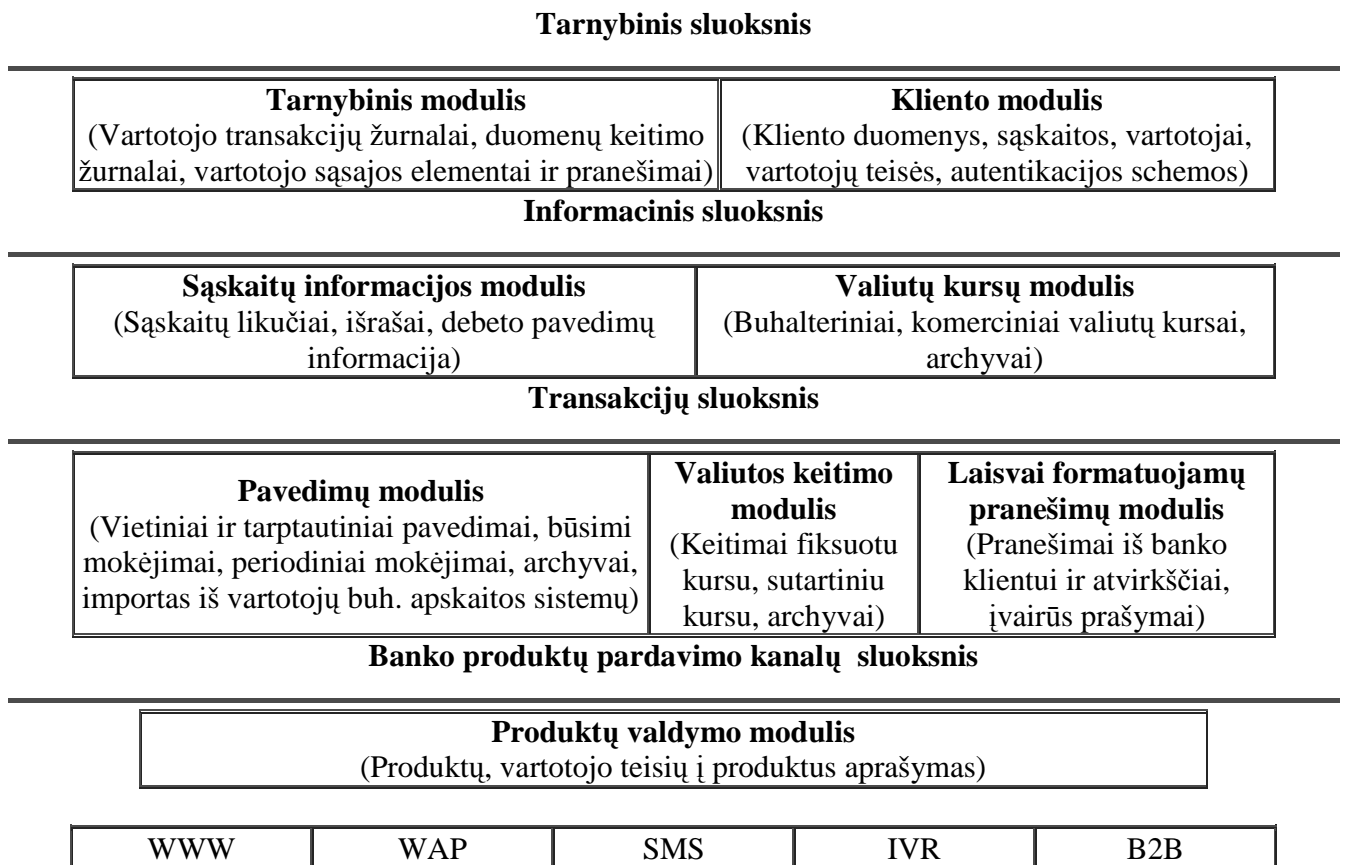
funkcionuoti tik su keletu modulių, palaipsniui įdiegiant vis naujus. Įdiegus naują modulį, jis aprašomas ir suteikiamos teisės vartotojams į jo funkcijas.

Visi pardavimo kanalai remiasi tais pačiais moduliais. Kanalų skaičius praktiškai neribojamas. Kanalų integracija, tai šliuzo (gateway) į naują sistemą sukūrimas.

Sistema yra atvira ir pastoviai gali būti pildoma, tobulinama atsižvelgiant į rinkos poreikius.

5.2.4. IBS loginė schema

IBS loginė schema pateikiama 7. pav.



8. pav. IBS loginė schema

5.2.5. Lietuvos bankuose naudojamų internetinės bankininkystės sistemų analizė

Internetinės bankininkystės sistemos yra įdiegtos šešiuose Lietuvos komerciniuose bankuose. Jų pavadinimai bei galimybės aprašomi 11. lentelėje.

11. lentelė

Lietuvos komercinių bankų IBS galimybės

Banko pavadinimas	IBS pavadinimas	IBS galimybės
AB "Vilniaus bankas"	VB Internetas	VB Internetu galima atlikti šias operacijas: sužinoti sąskaitų likučius, gauti sąskaitų istorijas, sužinoti operacijų sąrašą ir jų būklę, pervesti pinigus pagal vietinius ir tarptautinius mokėjimo pavedimus, atlikti pastovius mokėjimus, sudaryti taupymo planą, sužinoti valiutos kursus, pirkti ir/ar parduoti valiutą, užsisakyti mokėjimo korteles. Skirta privatiems ir verslo klientams.
UAB "Hanzabankas"	Hanza.net	Naudojantis hanza.net galima: atlikti vietinius mokėjimus, peržiūrėti anksčiau atliktas operacijas, gauti ataskaitą apie sąskaitą, konvertuoti valiutą, siųsti į banką pranešimus ir paklausimus, gauti informaciją apie visas naujoves ir pasikeitimus. Skirta fiziniams asmenims ir individualių įmonių savininkams.
AB Ūkio bankas	Eta bankas	Naudodamiesi šia sistema galima: atlikti mokėjimo pavedimus litais ir užsienio valiuta, gauti informaciją apie pavedimų įvykdymą, gauti sąskaitų istorijas ir išrašus, gauti Lietuvos banko valiutų skelbiamus kursus ir ūkio banko komercinius kursus, suformuoti savo klientų duomenų bazę, integruoti internetinę bankininkystę su įmonės apskaitos sistema, sukurti pastovių mokėjimų sistemą, pirkti ir/arba parduoti valiutą. Paslauga teikiama tik Kauno filialo klientams.
AB Lietuvos taupomasis	E-bankas	Naudojantis E-banku, galima atlikti šias operacijas: atlikti vietinius ir tarptautinius pavedimus, pervesti atlyginimus į darbuotojų

bankas		sąskaitas, keisti valiutą, operatyviai gauti sąskaitų išrašus, informaciją apie sąskaitos likutį ir visas atliktas operacijas, sužinoti Lietuvos Banko oficialius užsienio valiutų ir LTB valiutos pirkimo ir pardavimo kursus. Skirta verslo klientams.
UAB "Medicinos bankas"	Sistema	Naudojantis Sistema galima: atlikti vietinius ir tarptautinius pavedimus, pirkti ir parduoti valiutą, siųsti bei gauti pranešimus iš banko, gauti informaciją apie sąskaitos likutį, pageidaujamo laikotarpio sąskaitos išrašus, informaciją apie oficialius Lietuvos banko valiutos kursus bei Medicinos banko pirkimo ir pardavimo valiutų kursus.
UAB "Šiaulių bankas"	ŠB linija	ŠB klientai, naudodamiesi internetu, gali atlikti vietinius ir tarptautinius mokėjimo pervedimus, pirkti ir parduoti valiutą, gauti informacijos apie sąskaitų likučius, vykdytas operacijas bei sudarytus sandorius, taip pat apie oficialius Lietuvos banko ir ŠB valiutų kursus.

Taigi, matome, jog Lietuvos komerciniai bankai pripažįsta internetinės bankininkystės svarbą ir kuria bei plėtoja internetinės bankininkystės sistemas.

Iš Lietuvos komercinių bankų, internetinės bankininkystės srityje toliausiai yra pažengęs Vilniaus bankas, priklausantis SEB (Scandinaviska Enskilden Banken grupei). Vienas svarbiausių SEB strateginių prioritetų - elektroninė bankininkystė. Šiandien tokias paslaugas internetu SEB teikia 740 tūkstančių savo klientų šešiose Europos valstybėse: Švedijoje - 500 tūkstančių, Vokietijoje (*BfG*) - 130 tūkst., Danijoje - 5 tūkst., Estijoje (*Uhispank*) - 72 tūkst., Latvijoje (*Unibanka*) - 23 tūkst., Lietuvoje (*Vilniaus bankas*) - 11 tūkstančių. Artimiausiu metu numatoma pradėti teikti internetu finansinio tarpininkavimo paslaugas Vokietijoje (per *BfG* banką) ir e-bankininkystės paslaugas Didžiojoje Britanijoje ir Norvegijoje. Be to, 2000 metų pabaigoje SEB Švedijoje pristatė banko paslaugas mobiliuoju telefono ryšiu (WAP), kuriuo

naudojantis galima tvarkyti investicijas, atlikti atsiskaitymus ir gauti naujienas. Ateities tikslas - iki 2004 metų pabaigos teikti paslaugas internetu 5 milijonams savo klientų įvairiose Europos valstybėse.

Tačiau pažymėtina, kad didžiausių Europos bankų interneto strategija gerokai skiriasi viena nuo kitos [1]. Vieni sutinka pardavinėti kitų kompanijų produktus ir ieško naujų pajamų šaltinių (Ispanijos "Bankinter", Švedijos SEB ir "Nordea" finansinė grupė). Kiti yra linkę optimizuoti daugiakanalį susisiekimą ir racionalizuoti procesą ("Deutsche Bank", "Barclays" ir UBS". Treti renkasi gynybą, norėdami apsaugoti savo teises nuo naujų konkurencijos pavojų ("Dresdener Bank", "Banca di Roma", "Credit Lyonnais").

Specialistai pastebi, jog bankai, paslaugas teikiantis tik internetu, susiduria su rimtais sunkumais, todėl, manau, kad bankai turėtų geriau valdyti daugiakanalius bankinių produktų pardavimų kanalus, vienas kurių būtų internetinė bankininkystė.

5.3. Naujos kreditavimo paslaugos

5.3.1. Kredito esmė ir kreditavimo procesas

Kreditą būtų galima apibūdinti kaip materialinių vertybių (pinigine ar prekių forma) perdavimą kitam asmeniui laikinam naudojimui. Kreditai yra konkretūs sandoriai, kurie išsiskiria formų ir sąlygų įvairove, tačiau pati kredito esmė visuomet išlieka pastovi, nekintama.

Kreditas dažniausiai apibūdinamas kaip ekonominiai santykiai tarp kreditoriaus ir skolininko. Todėl jie į atskirus tipus dažnai skirstomi pagal kredito subjektų ir objektų ypatybes. Subjektais gali būti savarankiški juridiniai asmenys ar fiziniai asmenys. Tuo pačiu metu šie subjektai yra ir daugelio kitų ekonominių santykių dalyviai.

Kreditorius – tai subjektas, kuris duoda vertybes laikinam naudojimui. Paskolos (kredito) šaltiniu gali būti tiek nuosavos, tiek skolintos lėšos. Mainų vystymasis, kreditinių santykių atsiradimas į veiklą įtraukė ir bankus. Skolininkas – tai subjektas, kuris iš kreditoriaus ima kreditą pinigine ar kitokia forma, kad padėtų išspręsti jam iškilusią problemą.

Kreditavimo objektas – tai materialinės vertybės arba sąnaudos, kurioms skolininkas neturi nuosavų lėšų. Objektai yra skirstomi į:

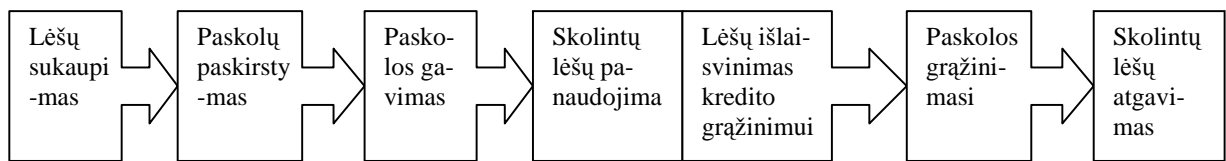
- pagrindinius fondus;
- apyvartines lėšas.

Kreditų objektui būdinga:

- ◆ Grižtamumas. Iš pradžių objektas iš kreditoriaus perduodamas skolininkui, o paskui – atvirkščiai. Skolintos vertybės nuosavybės teisės lieka kreditoriui, tačiau už objektą atsakingas skolininkas. Gražindamas kreditą jis privalo gražinti objektą, kurio vertė yra ekvivalenti paskolintajai. Tačiau tai ne visuomet įmanoma, nes skolininkas gali tapti nemokus, gali keistis ekonominės sąlygos. Pvz. dėl infliacijos nuvertėjo pinigai ir neatitinka nominalios kredito vertės. Tam, kad būtų galima sumažinti infliacijos pasekmes, suteikiant kreditą nustatomos atitinkamos palūkanų normos;
- ◆ Avansavimas. Skolininkas gali kreditą gauti ir tada, kai dar nesiėmė konkrečių veiksmų, tačiau žino, jog toji veikla tikrai jam atneš pelną;
- ◆ Sukauptų lėšų dalyvavimas kito subjekto veikloje. Tokiu būdu nenutrūksta gamybos procesas ir nesumažėja jos efektyvumas;
- ◆ Nepertraukiamą gamybos proceso užtikrinimas. Kredito dėka, įmonėms nereikia papildomo laiko nuosavo kapitalo sukauptimui.

Daugelis ekonomistų nesutaria dėl kreditinių santykių objekto. Šių nesutarimų pagrindas - tai , kad šiuolaikiniai pinigai neturi vertės, o tik ją atstovauja. Tuo tarpu kreditas yra tam tikros vertės judėjimas, todėl jų manymu šiuolaikinėmis sąlygomis kredito objektas gali būti tik prekės.

Skolintos vertės specifika atsispindi jos judėjime:



9. pav. Skolintos vertės judėjimas

Diskusijos kyla dėl pirminio etapo, t.y. iš kur atsiranda tos sukauptos lėšos. Šių diskusijų priežastis – skirtingas kredito esmės traktavimas. Į lėšų akumuliaciją, kaip į pirmą kredito judėjimo etapą, žiūri tie ekonomistai, kurie kreditą supranta kaip perpaskirstymo procesą. Kiti šio momento neakcentuoja ir pirmuoju kredito judėjimu laiko patį kredito paskirstymą. Pateikta kredito judėjimo schema yra labai sąlyginė, nes kreditas yra vis tik vieningas procesas. Kita vertus, norint geriau suvokti kredito esmę yra tikslinga skirstyti jo judėjimą į atskirus etapus, nes tik taip galima pilnai suvokti kredito grįžtamumo sąvoką. Kredito grįžtamumas – išskirtinė kredito savybė. Jos nesilaikymas būtų kreditinių santykių išsigimimo priežastis.

Nepakanka išnagrinėti atskirus objektus ir atskirus subjektus. Norint suvokti kredito esmę, reikia juos apjungti į bendrą visumą.

Rinkos ekonomikos sąlygomis skolinamoji vertė įgauna skolinamo kapitalo formą, kuris visuomet yra piniginis. Kuomet skolon parduodamos prekės, juda ne tik jų teikiama vartotojiška nauda, bet ir pinigine vertė. Vartotojiška nauda suteikiama negrąžintinai, o pinigų vertę skolininkas po kurio laiko turi padengti.

Skolinamo kapitalo jokių būdu negalima sutapatinti su pinigais. Pinigai nėra kapitalas, savaime didėjanti vertybė. Taip pat pinigai ir kapitalas skiriasi kiekybiškai: pinigų masė žymiai mažesnė nei kapitalo, nes tas pats piniginis vienetas gali daug kartų funkcionuoti kaip skolinamas kapitalas. Taigi, šiuolaikinėms sąlygom kreditas traktuojamas kaip skolinamo kapitalo judėjimas pagal tam tikrus principus.

5.3.2. Kredito funkcijos ir principai

Kalbant apie kredito funkcijas reikia laikytis prielaidos, kad funkcijos neatspindi kredito esmės, o tik kai kuriuos esminius bruožus.

Kredito funkcijos yra vienos iš labiausiai diskutuotinių klausimų kredito teorijoje. Yra apibrėžiamas skirtingas funkcijų skaičius, bei jų turinys, nes nėra nusistovėjusio vieningo metodologinio analizės pagrindo.

Kredito funkcijos turi liesti abejus kreditinių santykių subjektus, o ne vieną kurį nors iš jų. Išanalizavusios literatūrą, pastebėjome, jog visi autoriai išskiria pagrindines dvi kredito funkcijas:

- paskirstomąją;
- pakeičiamąją.

Paskirstomoji funkcija reiškia, kad su pagalba vienu fizinių ar juridinių asmenų laikinai laisvomis piniginėmis lėšomis yra patenkinami laikini kitų fizinių ar juridinių asmenų poreikiai. Lėšos, skirtingai nuo finansinių santykių, paskirstomos grąžintinumo principu. Konkrečios lėšų paskirstymo kryptys yra įvairios, nes tai priklauso nuo kredito formos ir rūšies. Negrąžinamai paskirstoma tik ta lėšų dalis, kuri sumokama palūkanų forma.

Geriau išanalizavus kreditų paskirstymą, galima būtų išskirti šias ypatybes:

- 1) *apima tik laikinai laisvas lėšas*. Paskirstymas per kreditą apima plačias galimybes, nes jis praktiškai apima visų visuomeninių ūkių laikinai laisvas lėšas. Lėšų paskirstymas per kreditą potencialiai perauga paskirstymus per biudžetinę sferą. Kreditas yra labiau prieinamas bei pasižymi operatyvumu;
- 2) *patenkina tik laikinus poreikius*, nes kreditas suteikiamas tik apibrėžtam laiko tarpui;
- 3) *kreditas įtakoja ne tik to laikotarpio BNP, bet ir gamybos priemonių, sukurtų pataruoju laikotarpiu, vertę*;
- 4) *gali būti paskirstomos ne tik piniginės lėšos, bet ir prekės*;

- 5) *kreditas įgyja gamybinį charakterį, nes jis įsijungia į skolininko veiklos ratą. Kreditas turi būti panaudojamas kuo efektyviau;*
- 6) *paskirstymas gali būti skirtingo laipsnio, nes gali vykti ir tarp skirtingų teritorijų.*

Ne visų vertybių paskirstymas vyksta per kreditą, didelė dalis piniginių lėšų paskirstoma ir per finansinę sistemą.

Pakeičiamoji funkcija reiškia, kad apyvartoje esantys gryniesi pinigai pakeičiami kreditiniais pinigais, o atsiskaitymuose tarp įmonių gryniesi pinigai pakeičiami, darant atitinkamus įrašus sąskaitose, esančiose bankuose. Keičiant grynuosius pinigus kreditinėmis operacijomis sumažėja cirkuliacijos kaštai ir spartėja apyvartinio kapitalo apyvartumas.

Kai kurie autoriai išskiria ir kontrolinę funkciją. Tačiau ją greičiau atlieka bankai, o ne kreditas. Žinoma, kreditorius vykdo kontrolę, nes jis yra suinteresuotas kredito grąžinimu. Tačiau ši funkcija būdinga ne visom kredito formom, pavyzdžiui esant valstybiniam kreditui, gyventojai nekontroliuoja skolininko veiksmų. Taip pat įmonės ir organizacijos nekontroliuoja banko veiklos, laikydama pinigus jos sąskaitoje. Kredito funkcijų persipynimas su banko funkcijomis atsirado to pasekoje, kad kai kurie ekonomistai kredito funkcijas nagrinėja analizuodami tik vieno elemento funkcijas. O kaip minėjome pradžioje, funkcijos turi apimti abejus subjektus, o ne vieną iš jų.

Dažnai yra išskiriama ir piniginė (emisinė) funkcija. Ši funkcija susijusi su pinigų išleidimu į apyvartą. Kredito atveju emisija sutapatinama su kreditų suteikimu. Tačiau vyraujanti nuomonė, kad paskola - ne vertybė, o tik piniginiai ženklai, priverčia atskirti kreditą ir pinigus kaip atskirus ekonominiu vienetus.

Ekonominėje literatūroje dar gali būti išskirtos ir tokios funkcijos: lėšų akumuliacija tarp įmonių, gyventojų; pinigų apyvartos reguliavimas; palūkanų nustatymas ir kt..

5.3.3. Bankinis kreditas

Banko kreditas – tai paskolos suteikimas tam tikram laikotarpiui, už kurį imamas palūkanų mokestis. Tai ekonominiai santykiai tarp kreditorių (bankų) ir skolininko, kuriuo gali būti tiek juridiniai, tiek ir fiziniai asmenys. Kitų šalių juridiniams ir fiziniams asmenims, imantiems kreditą mūsų šalyje, taikomos tos pačios taisyklės, reikalavimai ir atsakomybė kaip ir mūsų šalies juridiniams asmenims, jei kito nenumato šalies įstatymai. Banko kreditas susijęs su laisvų lėšų akumuliacija (sukaupiamų), jų nepaskirstymu su grįžtamumo sąlyga bei piniginių ženklų emisija per kreditavimo sistemą. Piniginių lėšų grįžtamumas leidžia jas paskirstyti ne vieną kartą.

Bankas kredituoti gali iš depozitinės veiklos gauti lėšų. Depozitų formų įvairovė suteikia galimybę skirtingai naudotis turimais finansiniais ištekliais konkrečiu laikotarpiu. Trumpalaikiai depozitai – terminuoti indėliai, einamosios sąskaitos, darbo užmokesčio sąskaitos–gali tapti kreditinės rizikos priežastimis, nes neracionaliai naudojant trumpalaikius depozitus sutrinka atsiskaitymai su klientais. Tokiu atveju bankai negali grąžinti klientams paprašius jų depozitų. Todėl patikimiau kreditinį portfelį formuoti iš vidutinės trukmės ar ilgalaikių depozitų. Taigi, depozitinės veikos ir kreditavimo terminų pusiausvyros suderinimas yra bankų sėkmės veiksnys.

Banko kreditas – tai pagrindinė kredito forma. Jo įtaka ekonominiams procesams priklauso nuo naudojamų kreditavimo metodų atitinkamomis ekonominėmis sąlygomis. Bankų veikla turėtų būti nukreipta į pinigų apyvartos didinimą, į pinigines–kreditines politikos valdymą.

Bankų kreditas gali būti tiesioginis ir netiesioginis. Tiesioginis kreditas (bankas–skolininkas) yra populiariausias, o kreditavimas per tarpininką yra mažiau populiarus. Bankų kreditavimo sistema apima principus, kreditavimo objektą, paskolos suteikimo bei grąžinimo mechanizmą, taip pat kontrolę.

Kreditavimo principai – tai pagrindiniai nuostatai, taisyklės, kurių turi būti laikomasi suteikiant kreditą. Kadangi kreditas yra susijęs ir su kitomis ekonominėmis kategorijomis, tai yra ir bendri principai, tokie kaip ekonomiškumas, kompleksiskumas, diferencijuotumas, kurių turi laikytis ir bankai.

Ekonomiškumas reikalauja, kad kuo mažesnis kreditas būtų panaudotas kuo efektyviau. Tai yra būdinga tiek kreditoriui, tiek ir skolininkui. Ekonomiškumo principas suteikia bankams galimybę pagreitinti kreditinių resursų apyvartą, skolininkui – ne tik sukaupti lėšas kredito grąžinimui, bet ir gauti pelną. Kompleksiškumas susijęs su ekonomikos vystymusi tam tikru laikotarpiu. Diferencijuotumas - tai kuo įvairesni skolininkai, objektai.

Išduodamas kreditą bankas laikosi ir kredito grąžinimo, mokumo principų, nustato kokiems tikslams kreditas bus panaudojamas, kokiam laikotarpiui. Kredito grąžintumo principas reiškia, kad kreditas bankui turi būti grąžintas laiku. Kokiam tikslui kreditas bus panaudotas, visų pirma, nustato pats skolininkas, o bankas, išduodamas kreditą, turi žinoti kreditavimo objektą. Nesilaikant šio principo sunku būtų nustatyti jo grįžtamumą nustatytu momentu. Bankas, suteikdamas kreditą paprašo užstato. Užstatas – tai materialinė garantija kredito grąžinimui.

Kaip žinia, kreditas yra suteikiamas laikinam naudojimuisi. Kredito trukmė skaičiuojama nuo paskolos gavimo momento iki jos grąžinimo. Pagal naudojimosi laikotarpį bankų kreditai yra skirstomi į:

- trumpalaikius (iki vienerių metų);
- ilgalaikius (virš vienerių metų).

Kai kuriose knygose galima rasti išskirtą ir vidutinio laikotarpio kreditą (1 – 5 metai), o ilgalaikis - virš 5 metų.

Trumpalaikis kreditas teikiamas ūkio subjektams jų einamajai veiklai finansuoti. Jis leidžia racionaliau ir efektyviau paskirstyti ir naudoti pinigines lėšas ūkyje, užtikrina produkcijos gamybos, paslaugų tiekimo nepertraukiamumą, ūkio subjekto finansinės padėties pastovumą, skatina apyvartinio kapitalo apyvartumą. Trumpalaikiai kreditai sudaro didelę dalį banko aktyvų.

Pagal tai, kokiems poreikiams įmonės panaudoja trumpam laikui banke gautas paskolas, jas galima sugrupuoti taip:

- 1) kreditai prekėms, materialinėms vertybėms;
- 2) kreditai ekonominėms ir kitoms sąnaudoms;

- 3) atsiskaitomieji kreditai;
- 4) kreditai finansiniams sunkumams įveikti.

Ilgalaikiai kreditai dažniausiai suteikiami norint įsigyti koki įrengimą ar padidinti pagrindinius fondus. Taip pat ilgalaikis kreditas gali būti suteikiamas veikiančių fondų rekonstrukcijai, modernizacijai, statybai ar privatizacijai. Tačiau dėl infliacijos įtakos bankai labiau linkę suteikinti trumpalaikius kreditus. Ilgalaikių paskolų formos, pavyzdžiui JAV, gali būti terminuotos paskolos, įskaitiniai raštai, akcinės bendrovės obligacijos, konvertuojamos obligacijos ir kita.

Pagal gražinimo terminus kreditas būna:

- skubus– kuomet klientas uždelstu laiku nesusimokėjo;
- atidėtas– kuomet bankas atidėjo išsimokėjimą kliento prašymu;
- uždelstas– kuomet klientas uždelstu laiku nesusimokėjo .

Pagal kreditavimo priemones yra išskiriamos:

- piniginės paskolos;
- kreditinės paskolos.

Pinigine forma suteikiama paskola dažniausiai būna negrynais pinigais, o tik kreditinis susitarimas. Šio bankinio kredito ypatybė yra ta, kad tai visų pirma yra kreditas pirkėjui. Paskola dažniausiai duodama apmokėti akceptinius tiekėjo dokumentus ar skolininkui apsimokėti už gautas prekes, atliktus darbus, paslaugas ir panašiai. Tačiau paskolos gali būti suteiktos ir grynais pinigais, pavyzdžiui darbo užmokesčio išmokėjimui. Kreditas (vidaus) yra suteikiamas nacionaline valiuta. Kreditinė paskola – tai kuomet kreditorius (bankas) už skolininką laiduoja, garantuoja ar akceptuoja.

Kadangi rinkos ekonomikos sąlygomis bet kurios veiklos tikslas yra pelnas, todėl ir paskolų teikimas bei jų naudojimas taip pat turi duoti pajamas. Suteikdami kreditus bankai ima palūkanų mokesčių. Paskolų procentai priklauso nuo paskolos dydžio, pobūdžio, trukmės, rinkos, infliacijos ir kitų. Rinkos ekonomikos šalyse paprastai kreditai teikiami orientuojantis į nominalią palūkanų normą.

Juridiniai asmenys turi teisę imti kreditą iš bet kurio šalies banko. Banko kreditu neleidžiama padengti nuostolių, atsiradusių dėl neracionaliai, netaisyklingai vykdomos ūkinės – komercinės veiklos.

Kredituodami bankai taiko kreditavimo pagal likučius arba pagal apyvartą metodus. Pirmuoju atveju, tarkime įmonė savo lėšomis sukaupia atsargas, o vėliau gauna banko paskolą, kuria kompensuojamos išlaidos. Antruoju atveju paskolos suteikiamos nuolat, kai tik įmonei reikia mokėti už iš tiekėjų gautas materialines vertybes.

Banko kreditui yra priskiriama ir faktoringas, forfeitingas, lizingas, kreditinė linija, overdraftas.

5.3.4. Inovacijos bankinio kreditavimo srityje

Lietuvos bankininkystės sistemoje stebima labai arši konkurencija. Vietinius bankus labai smarkiai spaudžia ateinantys užsienio bankai bei steigiami užsienio bankų skyriai. Naujokai į Lietuvos bankininkystės sistema ateina su didžiule patirtimi bei priėjimu prie pigesnių bankinių išteklių.

Strateginė ateinančių bankų plėtros kryptis yra siejama su mažmenine bankininkyste, kadangi didieji klientai iš esmės yra pasidalinti ir čia nestebima tokia didelė konkurencija.

Kaip pastebi užsienio bankų atstovai bei analitikai Lietuvos rinka mažmeninės bankininkystės aspektu yra pati patraukliausia iš trijų Baltijos šalių, nes čia yra plačiausios plėtros galimybės.

Tokiu būdu didieji Lietuvos komerciniai bankai, reaguodami į šiandienos reikalavimus, orientuoja savo veiklą link mažmeninės bankininkystės vystymo krypties. Ryškiausias šio proceso pavyzdys - AB Lietuvos žemės ūkio bankas, kuriame nuo šių metų gegužės 1 d. pradėta vykdyti plataus masto reorganizacija, kurios metu yra keičiama viso banko organizacinė struktūra.

Reorganizacijos eigoje yra steigimas Mažmeninio verslo departamentas, kurį sudarys skyriai atsakingi už mažmeninių produktų vystymą, jų pardavimą klientams, mokėjimo korteles ir pan. Didžiulis dėmesys naujame departamente yra skiriamas mažmeninių klientų kreditavimui.

Jau dabar klientams siūlomas platus asortimentas kreditavimo paslaugų, pritaikytų plačiam klientų ratui. Bankas siūlo įprastas trumpalaikes, vidutinės trukmės bei ilgalaikes paskolas gyventojams, vartotojiškas paskolas, kredito limitus mokėjimo kortelėse.

AB LŽŪB yra pasirašęs sutartį su UAB "Būsto paskolų draudimas". Šio bendradarbiavimo dėka klientui, apdraudusiam paskolą šioje bendrovėje, suteikiama paskola iki 25 metų, tokia paskola negali sudaryti daugiau kaip 95 proc. įkeičiamo turto vertės, kai įprastu atveju reikalaujama, kad paskola nesudarytų daugiau kaip 70 proc. įkeičiamo nekilnojamojo turto vertės arba 50 proc. kilnojamojo turto vertės. Be to, skolininkui, apdraudusiam paskolą UAB "Būsto paskolų draudimas", paskola suteikiama nustatant 1,0 procentiniu punktu mažesnę palūkanų normą, nes bendrovė garantuoja visos paskolos ir nesumokėtų palūkanų grąžinimą, jei klientas tampa nemokus.

Taip pat bankas ketina pasiūlyti paskolas iki 10 tūkst. Lt gyventojams iki 2 metų, kai paskolos sugrąžinimo užtikrinimui pateikiama fizinio asmens ar įmonės laidavimas, įformintas laidavimo sutartimi.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

Galima daryti tokias išvadas ir teikti šiuos pasiūlymus:

- 1) Verslo plėtra suvokiama kaip kokybinis reiškinys, besiremiantis produktų, jų išleidimo procesų bei struktūros naujovėmis, taip pat gamybos ir organizavimo srities novacijomis. Įmonės plėtra yra esminė jos egzistencijos sąlyga.
- 2) Verslo plėtros projektavimo procesas yra sudėtingas, daugiaetapis, vykdomas siekiant sukurti tokį verslą, kuo galėtų maksimaliai patenkinti vartotojų poreikius, būtų efektyvus.
- 3) Verslo projektas - tai dokumentas, kuriame aiškiai ir argumentuotai išdėstoma verslo sumanymo esmė, apibūdinama veikiančios įmonės būklė, numatoma strategija ir perspektyvos, prognozuojami rezultatai.
- 4) Įmonių plėtros įrankis - augimo strategijos, kurias galima suskirstyti į ekspansijos strategijas, kurioms priklauso penetracija, rinkos plėtra bei produkto tobulinimas, diversifikacijos strategija.
- 5) Rinkos tyrimai - svarbi verslo projekto sėkmingo įgyvendinimo sąlyga, jos metu turi būti atlikta vartotojų analizė ir rinkos segmentacija; įvertinta paklausa ir parinktos tikslinės rinkos, identifikuotos pagrindinės rinkos charakteristikos, atlikta realizacijos kanalų analizė, įmonės (projekto) konkurencingumo bei socialinės-ekonominės aplinkos analizė.
- 6) Atlikus išsamią Lietuvos ekonominės būklės analizę, galima teigti, kad 2000 metai buvo lūžio metai, pereinant iš ekonominio nuosmukio į pakilimo stadiją, nors daugelis problemų dar neišspėstos ir stabdo tolesnę ūkio plėtrą.
- 7) Lietuvos komercinių bankų turtas auga pakankamai sparčiai, palūkanų normos mažėja, tačiau kreditavimo procesas taip ir neatsigavo, nes ateities perspektyvos nebuvo vertinamos palankiai, didėjo nedarbas.
- 8) Esminė bankų verslo plėtros sąlyga - naujų produktų kūrimas ir įgyvendinimas. Autoriaus nuomone, prioritetingas bankų plėtros kryptys slypi išvestinių valiutos keitimo produktų (forvardų, svopų ir opcijų), internetinės bankininkystės bei mažmeninio kreditavimo srityje.

Donatas Dudutis _____

Data: 2001 05 13

LITERATŪROS SĄRAŠAS

- 1) Armonaitė A. E-bankininkystė mėgina aprėpti daugiau kanalų // "Verslo žinios", 2001 05 09, Vilnius.
- 2) Bagdonas E., Kazlauskienė E. Biznio įvadas. Kaunas, Technologija, 1997.
- 3) Cickevičius R. Kelias į verslo sėkmę: biznio planas. Kaunas: Libra, 1992.
- 4) Garškienė A. Verslo planavimas. V.: LII, 1997.
- 5) Gaučaitė V., Urbonavičius S. Biznio planas. V.: Resp. ŽŪM informacijos ir leidybos centras, 1993.
- 6) Ginevičius R. Įmonių veiklos diversifikacija. V.: "Technika", 1998. 152 p.
- 7) Jankauskas M. Kaip pačiam parengti smulkaus verslo planą. V.: Informacijos ir leidybos centras, 1995.
- 8) Jasiūnienė J. ir kt. Verslo plano sudarymo metodiniai nurodymai. V., 1998.
- 9) Jovaiša A. Kaip parengti verslo planą. V.: Pačiolis, 1997.
- 10) Lietuvos banko ketvirtinis biuletėnis Nr.2. Vilnius, 2000.
- 11) Lietuvos komercinių bankų statistikos metraštis, 1999. V.: LB, 2000.
- 12) Marčinskas A., Smilga E. Firmos strategija: formavimas ir realizavimas. V.: VU, 1996.
- 13) Martinkus B., Žilinskas V. Pinigai. Vertybiniai popieriai. Bankai. Kaunas: Technologija, 1996. 261 p.
- 14) Melnikas B., Jakubavičius A., Strazdas R. Inovacijos: verslas, vadyba, konsultavimas. Vilnius, Lietuvos inovacijų centras, 2000.
- 15) Palubinskas G. T. Strateginio planavimo procesas. Kaunas, Technologija, 1997.
- 16) Pečiulis S., Šiaudinis S. Įvadas į vertybinių popierių rinką. Vilnius: Lietuvos bankininkystės, draudimo ir finansų institutas, 1997. 126 p.

- 17) Pelanienė N. Firmos verslo planas. V.: LII, 1997.
- 18) Pranulis V., Pajuodis A., Urbonavičius S., Virvilaitė R. Marketingas. V.: Eugrimas, 1999.
- 19) Rutkauskas A.V., Tamošiūnienė R. Kaip rengti verslo investicinį projektą. V.: LII, 1994.
- 20) Simanauskas L. Kompiuterizuotas verslo sprendimų modeliavimas. V.: VU leidykla, 1997. - 98 p.
- 21) Tamošiūnienė R. Verslo projektų sudarymo ir valdymo problemos. Daktaro disertacijos santrauka. Vilnius, Technika, 1999.
- 22) Thomas Mayer, James S. Duesenberry, Robert Z. Aliber. Pinigai, bankai ir ekonomika. Vilnius: Alma littera, 1995. 639 p.
- 23) Usevičius K. Įmonės veiklos analizė ir verslo plano pagrindai. V.: Pokytis, 1998.
- 24) Vaičiulis M. Norite išvengti rizikos – rinkitės valiutų forvardą // Respublika, Nr. 239. Vilnius, 1999.
- 25) Arkebauer J. B. The McGraw-Hill Guide to Writing A High-Impact Business Plan. New York: McGraw-Hill Inc., 1995.
- 26) Barrow C. Financial management for the small business: a practical guide. 4th edition. Great Britain: Kogan Page & The Royal Bank of Scotland, 1998. - 178 p.
- 27) Barrow C., Barrow P., Brown R. The Business Plan Workbook. London, Kogan Page Ltd., 1994.
- 28) Blankenship B., George Edward Breen, Alan Dutka. Marketing Research. Chicago, Illinois: American Marketing Association, NTC/Contemporary Publishing Group, 1998. 454 p.
- 29) Chance D. M. An Intoduction To Futures and Options. Chicago Mercantile Exchange: Education department, 1996. 123 p.
- 30) Foglio A. Strategic Focus or Strategic Change: An International Marketing Strategy to Manage the Transformation of the 2000 Market // Material of Seminar. Vilnius, September 14-19, 1998.

- 31) Geoffrey A. Hirt, Stanley B. Block. Fundamentals Of Investment Management. Boston: Homewood, IL 60430, 1990. 776 p.
- 32) Ibison D. Japan Investment banking // Financial times, No 34,499. World business newspaper, 2001, 1-5 p.
- 33) Kotler Ph. Marketing Management: analysis, planning, implementation and control. 6th ed. Englewood Cliffs, New Jersey, John Willey, 1983.
- 34) Kotler Ph. Principles of Marketing. Herdfordshire: Prentice Hall Europe, 1996.
- 35) Madura J. International Financial Management. St. Paul, New York, Los Angeles, San Francisco: West Publishing Company, 1996. 630 p.
- 36) Madura J.. Financial Markets And Institutions. Minneapolis/Saint Paul, New York, Los Angeles, San Francisco: West Publishing Company, 1995. 719 p.
- 37) Porter M. E. Competetive Strategy. Free Press, New York, 1980.
- 38) Salvatore D. International Economics. New York: Macmillan Publishing Company, 1990. 664 p.
- 39) Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990.

KITŲ INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

Teisės aktai

- 1) Dėl banko veiklos (verslo) planų sudarymo reikalavimų patvirtinimo. Lietuvos banko valdybos nutarimas Nr. 4. 1999 m. sausio 14 d.
- 2) Dėl banko veiklos riziką ribojančių normatyvų. Lietuvos banko valdybos nutarimas Nr.54. 1996 m. kovo 7d.
- 3) Lietuvos banko įstatymas.
- 4) Lietuvos banko valdybos nutarimas Nr. 16. 1993 m. liepos 1 d.
- 5) Lietuvos Respublikos komercinių bankų įstatymas.

Internetas

- 1) Bankas Snoras: www.snoras.com
- 2) Hanzabankas: www.hansabank.lt
- 3) Lietuvos vystymo bankas: www.lvb.lt
- 4) Lietuvos bankas: www.lbankas.lt
- 5) Lietuvos statistikos departamentas: www.std.lt
- 6) Lietuvos taupomasis bankas: www.ltb.lt
- 7) Lietuvos Žemės ūkio bankas: www.lzub.lt
- 8) Medicinos bankas: www.medbank.lt
- 9) Šiaulių bankas: www.sb.lt
- 10) Ūkio bankas: www.ub.lt
- 11) Ūkio ministerija: www.ekm.lt
- 12) Valstybinė darbo birža: www.ldb.lt
- 13) Vilniaus bankas: www.vb.lt
- 14) www.lda.lt
- 15) www.cme.com
- 16) www.BalticsWorldwide.com