NAUKA O BANKARSTVU I MEĐUNARODNO BANKARSTVO

- Sve izraženiji procesi globalizacije međunarodnih. ekonomskih i finansijskih odnosa uticali su da Nauka o bankarstvu počinje da se bavi istraživanjem uloge, značaja i poslovanja banka kao značajnih institucija globalnog (svetskog) finansijskog sistema
- Bankarstvo i Međunardodno bankarstvo nalaze se kao odnos celine i dela
- Teorijske koncepcije početkom XIX , **zasnovane na pojmu i suštini novca**, “currency” i ”banking” teorija.
- Dalji razvoj teorije bankarstva zasniva se na rešavanju konfliktnih principa upravljanja bankom; sigurnost, likvidnost i profitabilnost

Međunarodno bankarstvo kao specijalna ekonomska naučna disciplina bavi se:

-proučavanjem strukture međunardonog bankarstva;

-načinom organizovanja međunarodnih bankarskih institucija;

-strategijom upravljanja finansijskim institucijama

Međunarodno bankarstvo naučno usavršava:

- metode i mehanizme posredovanja međunarodnih banaka pri snabdevanju globalnog (svetskog) finansijskog tržišta potrebnom količinom novca i drugih finansijskih resursa,
- optimizira strukturu međunardodnog bankarstva, u funkciji efikasnijeg poslovanja međunarodnih banaka
- koncipira sve efikasniju metodologiju specifične kontrole delovanja međunarodnih finansijskih institucija

TEORIJA MEĐUNARODNOG BANKARSTVA

- Teorijske koncepcije koje proučavaju fenomen nastanka i širenja međunarodnog bankarstva su:
- Koncept zasnovan na teoriji privredne organizacije
- Visoka stopa koncentracije banaka=veća kamatna marža=veća profitabilnost
- Koncept zasnovan na teoriji međunardodne trgovine
- Efikasniji bankarski sitem=niža koncentracija banaka=niže kamatne marže
- Praksa pokazuje suprotno, zemlje sa većom koncentracijom banaka (Austrija i Švajcarska) imaju niže

• ***Teoriju ekspanzije međunarodnog bankarstva*** definisao je krajem 70-ih godina XX veka Herbert Grubel. Pojavni oblici međunardodnog bankarstva su

• *Multinacionalno bankarstvo na malo*

• Mnoštvo transakcija male pojedinačne vrednosti, zbog čega su diferencijacija usluga, reklamiranje, lociranje otg.delova i interna automatizacija neke od mogućnosti koje se mogu primeniti na inostranim tržištima. MB zasnovano na bankarstvu na malo dosta neuspešno.

• *Multinacionalno uslužno bankarstvo*

• Servisira finansijske potrebe ogranka multinacionalnih korporacija u inostranstvu. MB ostvaruje kontinuirane kontakte sa upravom korporacije , što joj omogućuje pristup informacijama o finansijskoj situciji firme uz niskue troškove i veliku brzinu. Time ona stiče prednost u konkurenciji u lokalnim bankama.

- *Multinacionalno bankarstvo na veliko*

- Bave se arbitražom ogromnih suma novca izvan nacionalnih granica, najčešće kroz evrovalutno tržište. Multinacionalne banke imaju koristi od ekonomije obima u finansiranju, investicijama i prikupljanju informacija. Multinacionalne banke imaju moć raspoređivanja opštih troškova na različite zemlje, što im pruža komparativne prednosti

u odnosu na čisto domaće banke

- ***Konvencionalnu teoriju stranih direktnih investicija*** je koristio Jan Gidi, u tom kontekstu on ukazuje na postojanje tri tipa međunarodnog bankarstva:

- *Međunarodno bankarstvoa "sa odstojanja"*

- Po mnogo osnova postoje sličnosti sa međunarodnom trgovinom. Rukovođenje je u nadležnosti domaće centrale, gde se primaju depoziti od stranaca i daju zajmovi strancima, uz održavanje salda na računima u inostranim bankama radi kliringa međunarodnih plaćanja

- *Of-šor bankarstvo*

- Se vodi u of-šor ili evrovalutnim centrima. Tu su primarne bankarske aktivnosti, prikupljanje i plasiranje evrovalutnih sredstava, evrokreditne aktivnosti i devizni poslovi. Pravi se analogija sa fabrikama za montažu finalnih proizvoda u zemljama sa jeftinom radnom snagom. Glavni deponenti i zajmoprimci su izvan zemlje evrotžišnog centra.

- *Međunarodno bankarstvo u zemlji domaćinu*

- Bankarstvo sa lokalnim rezidentima u stranim zemljama, gde jedna MB može obezbediti

prisustvo u vidu predstavništva, ogranka, filijala u delimičnom ili potpunom vlasništvu. M ehanizam međunarodnog bankarstva u zemlji domaćinu sličan je mehanizmu direktnog investiranja u inostranstvo. Glavni klijenti lokalni deponenti, zajmoprimci i banke

- **Teorija multinacionalnog preduzeća kao osnova teorije multinacionalnog bankarstva**

- Teorija internalizacije ima za cilj da objasni postojanje multinacionalnih preduzeća i njene aktivnosti
- Multinacionalne banke (MB) koriste svoje specifične prednosti u menadžerskom i marketinškom znanju i informacione usluge i razvijenu tehnologiju matične zemlje;
- MB imaju visok ugled, permanentnu likvidnost i sigurnost depozita (faktor privlačenja klijenata iz inostranstva);
- MB ne podležu istoj regulativi kao domaće banke (manju obavezu izdavanja odgovarjućih fin.informacija)
- Multinacionalne banke slede svoje multinacionalne klijente u inostranstvu da bi sprečile osipanje klijentele u inostrane banke
- Nus proizvod internalizacije je smanjenje sistemskog i nesistemskog rizika putem međunarodne diversifikacije i uz manje troškova od individualnog investitora

POJAM MEĐUNARODNE ILI EVROBANKE

- Pojavu MB kao specifičnih fin. institucija omogućio je razvoj međunarodnih tržišta za depozite i kredite denominirane u stranim valutama

- Prva tržišta nastala su u Evropi i dobila naziv Evrotržišta;

- Banke koje posluju na njima dobile su naziv Evrobanke;

- Osnovna aktivnost MB je mobilisanje evrovalutnih depozita i njihovo plasiranje u vidu kredita korporacijama, vladama i drugim bankama
- Prema Bank of England evrodolori ili evrodolarski depoziti su sinonim za dolarske depozite u posedu nerezidenata SAD

- Veliki deo Evrodolarskih depozita se redeponuje u Japanu, Hong Kongu; Bahreinu
- Depoziti koji se drže kod banaka koje se nalaze van zemlje čije se valute deponuju zovu se Evrodepoziti
- Evrovalutnotržište je međunarodno tržište novca i kapitala na kome su aktivne međunarodne banke (Evrobanke)
- Evrovalutne transakcije koje se realizuju preko Evrobanaka nazivaju se evrovalutnim bankarstvom ili evrobankarstvom
- Zavisno od valutne strukture depozita i zajmova sa jedne i sedišta zajmoprimaoca i depozitara sa druge strane razlikujemo sledeće vrste bankarstva:

-domaće bankarstvo (A),

-tradicionalno bankarstvo sa inostranstvom (B),

-evrovalutno bankarstvo (C+D),

-međunarodno bankarstvo, (B+C+D)

-multinacionalno bankarstvo (A+B+C+D)

Vrsta valute

Zajmovi odobreni

Rezidentima

Nerezidentima

Domaća valuta

A

B

Strana valuta

C

D

INTERNI FAKTORI RAZVOJA MEĐUNARODNIH AKTIVNOSTI BANAKA

- Sredinom 60-ih godina povećan je značaj međunarodnih aktivnosti u poslovnoj strategiji razvojno orjentisanih banaka.
- Proces internacionalizacije u bankarstvu rezultat je profitne motivisanosti tržišno orjentisanih banka kojima je domaće tržište postalo preusko
- Dinamika internacionalizacije bankarskih aktivnosti uslovljena je internim i eksternim faktorima

Interni faktori su:

1. Koncentracija banaka

2.Univerzijalizacija banaka

3. Deregulacija

4.Marketizacija

5. Homogenizacija

6.Sekjuritizacija

7. Konglomerizacija

8.Tehnologizacija bankarstva

KONCENTRACIJA BANAKA

- Početkom 60-ih uočena je tendencija koncentracije poslovnih banaka, koja je omogućila efikasnije pružanje finansijskih usluga, što je u funkciji veće profitabilnosti banaka, a posredno i u funkciji razvoja i stabilizacije privrednih kretanja

- Proces integracije je heterogenog karaktera, jer se odigrava između banaka i štedionica i drugih nebankarskih finansijskih institucija

- Jedan vid koncentracije banaka u EU je međusobna zamena paketa akcija kako bi se izbegla neželjena preuzimanja (Societe General de Banque iz Belgije i Amro Bank iz Holandije-1/4 učešća u kapitalu)
- Kindelberg nameće zaključak da je realna opcija integrisano jedinstveno svetsko tržište roba, usluga i kapitala, sa jedinstvenim svetskim novcem, monetarnim institucijama i koordiniranom monetarnom politikom.

UNIVERZIJALIZACIJA BANAKA

- U SAD početkom 80-ih počeo je proces univerzijalizacije dok je u evropskim bankarskim sitemima ovaj proces ubrzan
- Dolazi do preorjentacije sa specijalizovane na univerzalnu banku
- Velike banke postaju univerzalne, nestaje striktno bilansno i funkcionalno razgraničenje između komercijalnih banaka, koje kreiraju novac i štednih i drugih fin.institucija koje vrše distribuciju postojeće likvidnosti sistema.
- Univerzalna banka vrši kratkoročno i dugoročno kreditiranje, kofinansiranje, potrošačko kreditiranje, finansiranje i promovisanje izvoznih aktivnosti, projektno finansiranje, naučno-stručne ekspertize, tehnološko-informativne funkcije.
- Cilj je podizanje nivoa efikasnosti, disperzija rizika, povećanje likvidnosti i sigurnosti
- Domaće tržište postaje preusko za velike univerzalne banke koje smanjuju tradicionalne bankarsko-kreditne aktivnosti u korist novih oblika mobilizacije sredstava

DEREGULACIJA BANKARSTVA

- Regulacija u bankarstvu je korišćenje unapred utvrđenih mera i instrumenata u menjanju oblika funkcionisanja banaka, njihovih kvalitativnih svojstava, promena u obimu i strukturi bankarstva, mogućnost osnivanja novih i opstajanje postojećih banaka, cene njihovih usluga itd.
- U osnovi je očekivanje da će se adekvatnim akcijama i korišćenjem predviđenih mera i instrumenata uticati na povećanje efekta u bankarstvu
- Tržišne snage konkurencije, potpomognute inovacijama u vidu tehnologizacije bakarstva, novih fin.instrumenata i oblika novca, reorganizacija u bankarskoj strukturi dovode do deregulacije na finansijskom tržištu
- Rastući trend međunarodnih bankarskih aktivnosti zasnovan na deregulaciji, bio je sve do finansijskog potresa na svetskim berzama 1987.g.
- Neograničena i ničim regulisana internacionalizaciji finansijskih transakcija, ugrozila je svetsku finansijsku revoluciju
- Neobuzdana deregulacija finansijskih odnosa nosila je u sebi latentne krizne udare.

MARKETIZACIJA BANKARSTVA

- Deregulacija u bankarstvu 80-ih dovela je do neviđene konkurencije unutar industrije fin.usluga
- Marketing strategija postaje sastvani deo poslovne politike one banke koja računa na profit, na poboljšanje konkurentske pozicije a ponekad i na opstanak
- Istražuju se i definišu potrebe za finansijskim uslugama
- Razvija se marketing funkcija, marketing organizaciona struktura, broj zaposlenih marketing specijalista

• Sprovode se marketing kampanje kako bi se obezbedila liderska pozicija na nekom segmentu tržišta fin. usluga, kao što je dečja štednja, kreditiranje mladih bračnih parova