

УДК 336.71

**ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА****Ю.Г. ПЕТРОВСКАЯ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.А. ПОЗДНЯКОВА)*

*В статье представлены направления увеличения ресурсной базы коммерческого банка в современных условиях. Предложенные мероприятия позволят расширить клиентскую базу банка и оптимизировать структуру его ресурсов.*

Ресурсная база оказывает прямое влияние на ликвидность и платежеспособность банка. Масштабы деятельности банка, а, следовательно, и размеры его доходов, зависят от размера средств, привлекаемых им в депозиты и вклады. В связи с этим возникает конкурентная борьба между банками за привлечение ресурсов.

При формировании ресурсной базы необходимо учитывать следующие специфические принципы:

- принцип обеспечения оптимального уровня расходов (т.е. любой коммерческий банк должен стремиться получить максимальный доход от размещения ресурсов при минимальных затратах на их привлечение, используя все доступные современные способы и методы управления затратами);
- принцип безопасности проведения депозитных операций и поддержания надежности работы банка (т.е. обеспечить привлеченные ресурсы, размещенные во вклады и депозиты гарантией возврата, что позволит повысить доверие клиентов к банку и поддерживать имидж банка. В основе обеспечения гарантии возврата вкладов: формирование соответствующих резервов и грамотная политика в области активных операций банка) [1, с. 35].

Придерживаясь данных принципов, банк сможет сформировать направления в организации депозитного процесса и обеспечить эффективность и оптимизацию ресурсной базы.

На современном этапе, в рамках жесткой конкуренции, уже недостаточно предложить клиенту выгодную процентную ставку, ему необходимо создать благоприятные условия при обслуживании, а для отдельной категории клиентов предложить возможность индивидуального обслуживания.

Комплекс мер, направленных на расширение ресурсной базы коммерческого банка, по нашему мнению, должен включать следующие инструменты:

1. Увеличение перечня вкладов (депозитов) и их привлекательности для клиентов (т.е. способности заинтересовать клиентов, предложить более выгодные условия без риска или предложить дополнительное обслуживание).

2. Установление оптимального срока и объема хранения средств. Формирование достаточной по объемам и оптимальной ресурсной базы банка в первую очередь зависит от сбалансированности по срокам источников привлечения и направления их размещения. Стабильность банковской деятельности зависит от динамического равновесия активов и пассивов. На данный момент пассивы и активы, как отдельного коммерческого банка, так и в целом банковской системы несбалансированны по срокам, т.е. пассивы значительно короче активов, что свидетельствует о необходимости повышения спроса на долгосрочные ресурсы.

3. Защита срочных вкладов от досрочного изъятия. Для укрепления ресурсной базы банка необходимо принять меры по минимизации негативного влияния на финансовое состояние банка непредвиденного изъятия населением срочных вкладов. Для банка защита от досрочного изъятия депозитов будет выгодна с той точки зрения, что банк в полной мере сможет использовать депозиты населения для расширения среднесрочного и долгосрочного кредитования, столь необходимого экономике. А для того, чтобы компенсировать населению невозможность изъять досрочно свой вклад необходимо предложить для вкладов с ограниченным сроком изъятия более высокий процент. Методом защиты вкладов от досрочного изъятия может стать оформление сберегательных сертификатов.

4. Выпуск сберегательных сертификатов. Данный инструмент приобретает особую актуальность в условиях низкой капитализации предприятий и недостатка денежных средств. Следует обратить внимание, что данный финансовый инструмент является эффективным как для потенциальных клиентов, так и для самого банка. Сберегательные сертификаты имеют существенные преимущества перед срочными вкладами, оформленными депозитными договорами. Выпуск сберегательных сертификатов для банка выгоден по следующим причинам. Во-первых, при выпуске сертификатов не производится отчисления денежных средств в фонд обязательных резервов, которые могут направляться на кредитование субъектов хозяйствования и приносить прибыль. Во-вторых, благодаря большому количеству возможных финансовых посредников в распространении и обращении сертификатов, расширяется круг потенциальных инвесторов. Также имеются значимые выгодные стороны и для владельца сберегательного сертификата. Они

теряют меньшую долю дохода при налогообложении, так как порядок налогообложения доходов по сертификатам аналогичен налогообложению дохода по ценным бумагам. Также на вторичном рынке ценных бумаг сертификат может быть досрочно продан владельцем другому лицу с получением некоторого дохода за время хранения и при этом без изменения объема ресурсов банка, в то время как досрочное изъятие средств владельцем срочного вклада означает для него потерю дохода, а для банка утрату части ресурсов.

5. Создание службы телемаркетинга. Телемаркетинг включает в себя создание клиентских баз данных, опросы, анкетирования, презентацию товаров и услуг, информирование потребителей о новых продуктах банка. Это поможет расширить клиентскую базу банка и интегрировать информацию для разработки новых банковских продуктов.

6. Сегментирование депозитного портфеля по клиентам. Безусловно, коммерческие банки распределяют клиентов по различным группам, например, на резидентов и нерезидентов, по половой принадлежности, по возрасту, по валюте, по предпочтениям сроков вклада и т.д. Но, на наш взгляд также целесообразно классифицировать клиентов во взаимосвязи двух показателей: среднего остатка на счете клиента и сумм, размещенных им депозитных счетах банка. Необходимость данной сегментации будет обоснована ниже.

7. Активизация рекламной деятельности. Успешное развитие и эффективное функционирование коммерческого банка невозможно обеспечить без детально проработанной рекламной деятельности, учитывающей особенности деятельности самой кредитной организации и ее потенциальных клиентов. Рекламная кампания банка должна быть направлена на все социальные и возрастные категории граждан – работающих и пенсионеров, молодежи и людей среднего возраста, а также должна быть рассчитана как на малообеспеченные слои населения, так и на людей со средним и высоким уровнями дохода.

8. Структурированный депозит. Он представляет собой комбинацию депозитного и инвестиционного продукта, доходность по которому зависит от поведения базового актива, лежащего в основе опционной части. Структурированный депозит должен отвечать двум основным условиям: первое – это полная гарантия возврата всех средств клиента, изначально вложенных в банк, второе – возможность получения потенциально высокого инвестиционного дохода в сравнении с уровнем инфляции и ставками по стандартным банковским вкладам.

Также в целях эффективного формирования депозитной политики можно предложить ряд вкладов, ориентированных на клиентов с высоким уровнем доходов. Кроме этого в зависимости от возраста, семейного положения, трудовой деятельности соответствующим группам клиентам можно предложить выгодные целевые вклады, выплата которых будет приурочена к рождению ребенка, дню бракосочетания, периоду отпусков, дням рождений или другим праздникам. Их сроки короче традиционных, а процент выше. Примером целевого вклада могут стать так называемые новогодние и рождественские вклады, т.е. в течение года банк принимает небольшие вклады на празднование Нового года и Рождества, а в конце года банк выдает деньги вкладчикам. При этом желающие могут продолжать накопление денег до следующих новогодних праздников.

Банк также может предложить комплексные продукты, включающие характеристику кредитных и страховых продуктов, разработать продукты, направленные на удовлетворение потребностей вкладчиков в жилье, оплате образования, туризме и отдыхе, крупных покупках. Также могут быть предложены дополнительные услуги в рамках депозитного обслуживания. Например, выдача международных платежных карт со скидкой или бесплатно, в зависимости от суммы вклада и вида валюты.

Немаловажным для привлечения средств является качество обслуживания, представляющую совокупность свойств и признаков банковских продуктов, обуславливающих способность удовлетворять потребности и запросы клиентов, соответствовать своему назначению и предъявляемым требованиям.

Решить проблемы формирования ресурсной базы коммерческого банка можно также с помощью реинжиниринга. Реинжиниринг банка – коренное переосмысление и перепроектирование внутренней технологии банковской деятельности на основе включения человеческого фактора в сочетании с современными техническими средствами, предполагающие уклон в сторону вложений в человеческий капитал с целью достижения существенных улучшений качества и оперативности обслуживания, снижения издержек и увеличения прибыльности банков [2, с. 6].

Реинжиниринг предполагает не просто усовершенствование или обновление, но коренные изменения, вследствие которых жизнь любой организации начинает протекать на качественно ином, более высоком уровне. Американские ученые установили, что относительная величина изменений при реализации программы реинжиниринга может достигнуть 40%, в то время как другие способы модернизации приводят к изменениям порядка 10–20% [2, с. 27].

Безусловно, реинжиниринг должен базироваться на всестороннем качественном и количественном анализе всех показателей деятельности банка.

Таким образом, для формирования оптимальной ресурсной базы банку необходимо: соблюдать взаимосвязь депозитных, кредитных и прочих операций банка для поддержания его стабильности, надежности и финансовой устойчивости; распределять ресурсы банка между различными объектами вложений с целью

минимизации риска; увеличивать конкурентоспособность банковских продуктов и услуг; повышать качество обслуживания клиентов; реализовывать мероприятия по привлечению новых клиентов, а тем самым увеличивать объемы ресурсной базы; стремиться к сбалансированности активов и пассивов по срокам.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Сафронова, Т.Е. Анализ процесса формирования и управления ресурсами коммерческого банка / Т.Е. Сафронова // Проблемы современной экономики. – 2009. – №1. – С. 34–38.
2. Аллен, П. Х. Режиниринг банка: программа выживания и успеха П. Х. Аллен. – М. : Альпина Паблшер, 2002. – 264 с.