

УДК 336.717

Л.В. Комаревцева, Е.А. Гладышева

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассмотрены депозитная политика, ее сущность, роль, инструменты, принципы и условия формирования. Установлены основные проблемы при формировании политики по привлечению временно свободных денежных средств клиентов банка и предложены пути совершенствования.

Ключевые слова: депозитная политика, коммерческий банк, вклад, ресурсная база.

В настоящее время коммерческие банки играют главную роль в мобилизации и перераспределении капитала, аккумуляции временно свободных денежных средств и их размещении. Поэтому важнейшей составляющей всей банковской политики является политика формирования ресурсной базы банка, которая исторически играла первичную и определяющую роль по отношению к активным операциям. Основная часть банковских ресурсов образуется в процессе проведения депозитных операций банка, от эффективной и правильной организации которых зависит эффективность функционирования любого банка. В связи с этим развитие коммерческого банка невозможно обеспечить без детально проработанной и экономически обоснованной депозитной политики, которая должна учитывать особенности деятельности самой кредитной организации, ее клиентов, выбранные приоритеты будущего роста и улучшения показателей деятельности банка, социально-экономические условия рынка.

Под депозитной политикой коммерческого банка понимают совокупность: а) последовательно связанных действий по привлечению денежных средств клиентов в банки на условиях возвратности и платности; б) методов и способов, обеспечивающих эффективное управление депозитами с целью достижения приемлемого уровня рентабельности и ликвидности банка [1].

Целью депозитной политики признается привлечение банком денежных средств в достаточном объеме с минимальными затратами, а также формирование такой комбинации ресурсов, которая создаст условия для эффективного (с точки зрения ликвидности, надежности и прибыльности) размещения привлеченных средств.

В качестве субъектов депозитной политики выступают предприятия всех организационно-правовых форм и физические лица. Объектами депозитной политики являются вклады, т.е. суммы денежных средств, которые субъекты депозитных операций вносят на банковские счета.

При проведении депозитной политики банком должны учитываться: принципы организации депозитных операций, их взаимосвязь с совокупным денежным оборотом; соотношение экономических и организационных методов в управлении депозитными операциями; формы депозитных счетов и сфера их применения; порядок открытия и закрытия депозитных счетов; правила зачисления и изъятия денежных средств клиентов; порядок и условия перевода денежных средств с одних депозитных счетов на другие; определение источников банковских вкладов и структуры банковских пассивов и активов; предельные сроки хранения денежных средств на депозитных счетах. Реализовать это сможет тот коммерческий банк, который постоянно расширяет диапазон оказываемых клиентам услуг, снижает затраты, улучшает качество кредитно-расчетного и кассового обслуживания, предоставляет различные льготы при обслуживании клиентов, предлагает им разного рода консультации.

Также депозитная политика должна учитывать объективные закономерности формирования и использования денежных доходов, накоплений юридических, физических лиц и государства. При этом необходимо учитывать наиболее существенные особенности депозитов юридических и физических лиц. Такой особенностью является то, что вклады государственных органов и юридических лиц в банки относительно немногочисленные, отличающиеся большими размерами и сравнительно быстрой оборачиваемостью. В то время как депозиты физических лиц, наоборот, гораздо многочисленнее, но меньшие по размерам и оборачиваются намного медленнее, а также отличаются своей трудоемкостью [Там же].

Формирование политики по привлечению временно свободных денежных средств осуществляется банком на следующих принципах:

– получение банком прибыли от привлечения вкладов и их дальнейшего целевого использования;

Сберегательные вклады выгодны банкам тем, что они, как правило, носят долгосрочный характер и могут служить источником долгосрочных вложений. Недостатком является их подверженность самым различным факторам (политическим, экономическим, психологическим), что повышает угрозу быстрого оттока средств из данного вида вкладов и потери ликвидности банка.

К инструментам депозитной политики также относятся виды депозитных ставок. Их подразделяют в зависимости от степени стабильности на фиксированные и плавающие; в зависимости от того, учтены ли в них темпы инфляции и отчисления в резервы, – на реальные и номинальные; в зависимости от степени защиты ресурсов и процентов от обесценения – на позитивные и негативные; в зависимости от степени депозитного рынка – на договорные ставки и ставки межбанковского рынка [4. С.18].

Модели ценообразования также относятся к инструментам депозитной политики. Выделяют следующие модели формирования цены:

- Установление процентных ставок по методу издержки (себестоимость депозитной операции) плюс прибыль.

- Установление цены по депозитам для проникновения на рынок, что означает предложение высоких депозитных ставок (выше рыночного уровня) или низких тарифов комиссионных сборов в целях привлечения большого числа клиентов.

- Установление процентов по депозитам в зависимости от минимального остатка на депозитном счете или «условное» ценообразование, т.е. зависящее от условия по соблюдению минимального уровня депозита.

- Ценообразование, нацеленное на привлечение VIP-клиентов, т.е. клиентов с более высокими доходами.

- Ценообразование, зависящее от количества и качества услуг (многофакторный способ ценообразования), т.е. клиенты, пользующиеся несколькими услугами, получают более низкие тарифы, что обеспечивает закрепление за банком лучших клиентов [Там же].

Банки используют разные модели ценообразования. Так, для крупных банков характерна модель издержки плюс прибыль, а для средних и мелких банков – ориентировка на рыночную модель. Модель формирования цены на депозитные ресурсы, основанная на издержках банка, доступна в основном крупным банкам, в силу их системообразующей роли на рынке депозитных услуг и конкурентоспособности. Издержки банка по привлеченным ресурсам складываются из процентных расходов и себестоимости депозитных

операций. Влияние на себестоимость операций оказывают: структура банка, технология депозитной операции, бюджет подразделений банка, участвующих в привлечении ресурсов, затраты времени в каждом подразделении. Поэтому для расчета издержек используются два метода: традиционный, где основной единицей технологического процесса является подразделение банка, и метод функционально-стоимостного анализа, когда в качестве основной технологической единицы выступает рабочее место.

Таким образом, учитывая сущность депозитных операций, их роль в банках, принципы, инструменты и условия реализации, можно выделить следующие этапы формирования депозитной политики в коммерческом банке:

- постановка целей и определение задач проводимой депозитной политики;

- выделение соответствующих подразделений и распределение полномочий сотрудников банка;

- разработка необходимых процедур привлечения ресурсов;

- организация контроля и управления в процессе осуществления депозитных операций.

Формирование депозитной политики любого коммерческого банка – процесс сложный и трудоемкий, поэтому, проанализировав существующую практику, можно выделить большое количество проблем, к которым относятся:

- масштабы деятельности и слабая капитальная база российских коммерческих банков;

- отсутствие заинтересованности руководства банка в привлечении дополнительных средств клиентов, особенно населения;

- недостаточный уровень и качество высшего и среднего менеджмента;

- отсутствие в большинстве российских банков научно обоснованной концепции проведения депозитной политики;

- недостатки в организации депозитного процесса: отсутствие соответствующего подразделения в банке, низкий уровень постановки маркетинговых исследований депозитного рынка, ограниченный спектр предлагаемых депозитных продуктов;

- межбанковская конкуренция;

- состояние денежного и финансового рынка России [5. С. 45].

На наш взгляд, основной проблемой является слабая капитальная база, так как она оказывает прямое влияние на ликвидность и платежеспособность коммерческого банка. Масштабы деятельности, а также размеры доходов, которые он получает, жестко зависят от размеров тех ресурсов, которые банк приобретает на рынке. Формирование ресурсной базы, включающее в себя не

дням рождения или другим праздникам, при этом обговариваться это должно с каждым клиентом индивидуально.

Для повышения эффективности управления депозитным портфелем необходимо определять оптимальный период хранения срочных вкладов как физических, так и юридических лиц. При этом сроки депозитов обязательно должны быть увязаны со сроками оборачиваемости кредитов, на выдачу которых и направлены депозиты.

Так как любой банк ориентируется на максимальную прибыль и при этом не желает иметь высокие расходы, то коммерческим банкам необходимо наращивать объемы депозитов корпоративных клиентов. Это связано с тем, что депозиты юридических лиц обходятся банкам намного дешевле по сравнению с вкладами физических лиц. Но данный вид депозитов является мало востребованной услугой, так как большинство руководителей предпочитает использовать свои свободные денежные средства для увеличения оборотного капитала. Поэтому для привлечения корпоративных клиентов банкам необходимо работать с юридическими лицами в индивидуальном порядке, определяя сроки, процентные ставки и условия вкладов индивидуально. При этом целесообразно предоставление скидок на расчетно-кассовое обслуживание, услугу «Банк-клиент».

Еще потенциальным клиентам можно предложить продукты, которые были бы направлены на удовлетворение их потребностей в основных фондах и оборотных активов, жилье, крупных покупках, оплате образования, отдыха. Например, вклады для людей, желающих отложить деньги на учебу своему несовершеннолетнему ребенку. У данных вкладов должны быть повышены процентные ставки и определен срок, а также возможность пополнения, может быть даже с графиком пополнения. Также данный вклад может оформляться на ребенка.

Следующим перспективным направлением может стать создание нового продукта «Получай и сберегай», который будет функционировать для держателей зарплатных карт банка. Ведь в последнее время все крупные компании заключают договоры с коммерческими банками на выпуск и обслуживание зарплатных карт. Сущность данного продукта будет заключаться в установлении потолка расходов заработной платы клиента и автоматическом перечислении остатка на депозит. Преимуществом для клиента будет возможность накопления денежных средств, получая при этом процентный доход, а также возможность ежемесячного пополнения вклада, а для банка – возможность спрогнозировать зачисления денежных средств на депозиты [6. С. 256].

Этапом совершенствования может быть разработка рекламной политики. Ведь рекламная политика является эффективным инструментом формирования клиентской базы. Для того чтобы каждое конкурентное преимущество банка, каждый новый продукт, предлагаемый к продаже, были известны, понятны и легко сравнимы, необходимо создание службы телемаркетинга – рекламы банковских вкладов по телефону. Данная служба должна отражать содержание вида услуг и возможности их приобретения, способствуя привлечению новых клиентов. С помощью этой службы по телефону консультант должен вести персональную работу с клиентами, которые могут быть заинтересованы в получении более подробной информации, и с клиентами, которых не удовлетворяют обычные условия обслуживания, при этом клиент может не являться клиентом данного банка. В случае когда клиент затрудняется самостоятельно задать вопрос, специалисты телемаркетинга должны задавать наводящие вопросы: какими средствами он располагает, на какой срок желает положить деньги на депозит, на какую прибыль рассчитывает и т.д. И уже после всего рекомендовать тот вклад, который наиболее подходит под условия клиента. Клиент по своему желанию может оставить сведения о себе в базе данных информационной системы, в этом случае через некоторое время ему вышлют по почте справочную информацию о новых банковских продуктах и услугах и бланки необходимых документов.

Следовательно, депозитная политика коммерческого банка – это индивидуальный продукт каждого банка, который базируется на одних и тех же нормативно-правовых основах. В настоящее время сложились общетеоретические и практические подходы к формированию депозитной политики у каждого банка с целью наращивания ресурсной базы.

Для формирования эффективной депозитной политики предлагается:

- ориентироваться на потенциальных вкладчиков;
- разрабатывать новые конкурентоспособные продукты с сопутствующим кругом услуг, ориентированные на разные категории вкладчиков;
- разработать отдельную политику для VIP-клиентов;
- проводить активную рекламную политику;
- совершенствовать и внедрять системы дистанционного обслуживания.

Литература

1. Горбатенко М.М. Депозитная политика современного коммерческого банка // Проблемы экономики и менеджмента. – 2013. – № 5.

