

УДК 336.711

**ОСНОВНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

О.Д. Дём

УО «Витебский государственный технологический университет»

Формирование ресурсной базы банка является достаточно длительным процессом, который начинается с момента регистрации и продолжается в течение всей его деятельности.

В своем развитии банк проходит несколько этапов. Сначала он осуществляет чисто расчетные и комиссионные операции за неимением достаточной ресурсной базы, затем, с набором клиентской базы и наработкой связей с ресурсоемкими юридическими лицами, переходит к активному кредитованию.

Опыт и практика развития банков в Беларуси и России показывает, что банки совершенно не обязательно строят свою доходную политику на кредитовании клиентов. С этой точки зрения их можно разделить на «классические» - с полным набором оказываемых услуг, где главным является получение прибыли от процентных операций, и «неклассические», которые предпочитают не заниматься активным кредитованием, а стремятся получать доходы от комиссии по обслуживанию клиентов.

«Классические» банки в основном заняты поиском ресурсов под кредитование, а «неклассические» - поиском клиентов, которые нуждаются в банковских услугах. Высокая прибыльность комиссионных операций, особенно валютнообменных, на первых порах становления рынка не шла ни в какое сравнение с прибыльностью операций кредитования. Так, если предоставление кредита под ставку 70 % годовых в 1992 году считалось очень удачным для банка, то для валютнообменных операций доход в 1 % в день считается нормальным. Эксплуатация разрешенных высокодоходных операций позволила «неклассическим» банкам получить максимальный доход и сформировать необходимые фонды, в то время как «классические» банки формировали свою материально-техническую базу преимущественно за счет внутренних кредитов. Собственно говоря, «неклассические» банки создавали сами себя в большей степени. Именно в этом заключалось их преимущество перед другими - они могли привлечь клиента на обслуживание, предложив нетрадиционный спектр услуг, которые в «классическом» банке клиент часто не мог получить. В конце концов все банки становятся «классическими», поскольку они ориентированы на клиентов. Для вновь создаваемого банка неклассический характер предпочтителен, поскольку на начальной стадии его становления отсутствует качественная клиентская база. С развитием банковской системы клиентами «классических» банков становятся в основном кредитоемкие предприятия, в то время как «неклассических» - ресурсоемкие, что создает им клиентскую базу и возможность осуществления кредитования.

История развития банковского бизнеса показала, что с небольшими остатками на текущих счетах клиентов и преобладанием в ресурсной базе срочных депозитов юридических лиц, банки, строившие свою кредитную политику в расчете на сохранение срочной депозитной базы, проигрвали. Депозиторы так и не перешли на расчетно-кассовое обслуживание, а банки - держатели текущего счета в конце концов смогли предложить приемлемые условия обслуживания счетов и предотвратить подобную раздачу собственных кредитных ресурсов. Следствием отсутствия надлежащего управления ресурсами стало отражение в балансе трех основных бед нынешних банков: иммобилизации и несовпадения депозитного и кредитного портфеля по срокам погашения.

Ресурсная политика предполагает получение максимального дохода от проведения активных операций. В этих целях обеспечивается прибыльность операций, проведение

которых предполагает отвлечение ресурсов, и на основе полученных результатов расчетов определяются и утверждаются лимиты активных операций для различных подразделений банка, обеспечивающих процентный доход, а также лимит отвлечения средств в национальной валюте на приобретение иностранной валюты для удлинения позиции.

Формирование ресурсной базы, достаточной для ведения активной банковской деятельности, может осуществляться за счет:

- увеличения собственного капитала и, прежде всего, уставного фонда банка;
- укрепления клиентской базы и обеспечения на этой основе роста ресурсов в виде привлеченных на счета клиентов средств;
- привлечения средств населения;
- освоения новых видов операций, банковских технологий, позволяющих осуществлять дополнительное аккумулирование ресурсов;
- привлечения внешнего источника в виде средств Правительства и иностранных банков для кредитования наиболее значимых государственных программ.

Увеличение собственного капитала банка, в особенности его уставного фонда, является важнейшим условием расширения банковских операций и снижения рисков.

Укрепление клиентской базы позволит банку сохранить позиции на рынке банковских услуг. В этой связи возрастает роль повышения качества обслуживания клиентов, дифференцированный подход к организации обслуживания различных групп клиентов. В особую группу необходимо выделять крупных, приоритетных для банка клиентов. В работе с клиентами следует практиковать индивидуальный подход с тем, чтобы их экономически обоснованные потребности в деньгах, кредите и других банковских услугах удовлетворялись в приоритетном порядке и в максимальном объеме. Сотрудничество с финансово-устойчивыми организациями позволит увеличить ресурсную базу банка.

Не менее важно привлекать новых клиентов и налаживать с ними долгосрочное обслуживание.

Для привлечения средств населения в банк важно проводить большую рекламную работу. Имидж-реклама предполагает создание благоприятного образа банка и его услуг. Она направлена не только на потенциальных клиентов, но и на более широкую публику. Реклама служит для формирования у населения определенного образа банка (надежного партнера), формирования потребности в данном виде банковских услуг. Необходимо использовать рекламу в газетах, по радио и телевидению, рекламные щиты.

В целях привлечения ресурсов для своей деятельности коммерческим банкам важно разработать стратегию депозитной политики, которая позволит получить максимальную прибыль и сохранить банковскую ликвидность.

Для расширения пассивных операций банк должен постоянно развивать маркетинг, вводя на рынок новые услуги.

Грамотное использование предлагаемых мероприятий позволит коммерческому банку эффективно сформировать ресурсную базу, которая будет способствовать его развитию.