

МАРДАЛИЕВА Л.А., АДИСБЕКОВА Н.А.

КНУ им.Ж. Баласагына, Бишкек

Mardaliev L.A., Adisbekova N.A.

J.Balasagyna KNU, Bishkek

nasyikat93@gmail.com

ДЕПОЗИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКОВ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

**Кыргыз Республикасынын банктарынын депозиттик
саясаты: калыптануу жана өркүндөтүү проблемалары**

**Deposit policy of the banks of the Kyrgyz Republic:
problems of its formation and improvement.**

***Аннотация:** в данной статье рассмотрена депозитная политика банков КР, ее сущность, роль и условия формирования. Определены основные проблемы при формировании политики по привлечению временно свободных денежных средств клиентов банка и предложены пути совершенствования.*

***Аннотация:** бул макалада Кыргызстандагы банктардын депозиттик саясаты, анын маани-маңызы, ролу жана жакшыртуу шарттары каралган. Банктын кардарларынын убактылуу бош акча каражаттарын тартуу үчүн жүргүзүлгөн банктын саясатынын негизги проблемалары аныкталган жана өркүндөтүү жолдору сунушталган.*

***Annotation:** in this article Deposit policy of the banks of the Kyrgyz Republic, its essence, role, and conditions of formation. The main problem when developing policies to attract temporarily surplus funds of the Bank and propose ways for improvement.*

***Ключевые слова:** депозитная политика коммерческих банков КР; вклад; ресурсная база.*

***Негизги сөздөр:** Кыргызстандагы коммерциялык банктардын депозиттик саясаты; салымы; ресурстук базасы.*

***Keywords:** deposit policy of commercial Banks of Kyrgyz Republic; contribution; resource base.*

Коммерческие банки КР, играя главную роль в мобилизации и перераспределении капитала, аккумулируют временно свободные денежные средства, размещая их в активы. В связи с этим банковская политика по формированию ресурсной базы играет определяющую роль. Основная часть банковских ресурсов образуется в процессе проведения депозитных операций банка, от эффективной и правильной организации которых зависит эффективность функционирования

любого банка КР. Устойчивость и развитие коммерческих банков КР обязательно должны быть досконально связаны с проработанной и экономически обоснованной депозитной политикой, которая должна учитывать особенности функционирования самой кредитной организации.

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 размещения привлеченных средств.

При проведении депозитной политики банки КР должны учитывать:

- 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.

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 коммерческих банков;
- отсутствие заинтересованности руководства банка в привлечении дополнительных средств клиентов, особенно населения;
- недостаточный уровень и качество высшего и среднего менеджмента;
- отсутствие в большинстве отечественных 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.

Поэтому для укрепления ресурсной базы банков КР необходимо постоянно совершенствовать свою депозитную политику, которая должна быть направлена на: – повышение привлекательности вкладов путем увеличения

- процентных ставок;
- разработку системы стимулов, привлекательных для потенциальных клиентов. Например, скидка при посещении каких-либо магазинов или туристических фирм, но при условии оплаты услуг из средств, находящихся на вкладе не менее одного полного срока хранения;
- диверсификацию линейки вкладов с учетом специфики регионов;
- анкетирование клиентов с целью определения их мотивации при выборе банка;
- рекламирование банковских услуг с целью привлечения потенциальных клиентов путем внушения доверия к банку, подчеркивая надежность банка, конкурентные преимущества, удобство обслуживания;
- повышение качества оказываемых услуг, совершенствование технологий обслуживания для достижения максимального удобства для клиентов;
- создание службы рекламы по телефону для быстроты и удобства получения необходимой информации.

При этом нужно не забывать руководствоваться следующими критериями: взаимосвязь депозитных, кредитных и прочих операций банка для поддержания его стабильности, надежности и конкурентоспособности; диверсификация ресурсов банка с целью минимизации рисков; конкурентоспособность банковских продуктов и услуг. Следуя этим критериям, коммерческим банкам необходимо разрабатывать комплекс мер, направленных на повышение эффективности управления депозитным портфелем. Данный комплекс может включать финансовые и маркетинговые инструменты.

К финансовым инструментам повышения эффективности управления депозитным портфелем относятся: [3]

Внедрение целевых вкладов, расширение линейки вкладов с возможностью оказания дополнительных услуг.

Введение вкладов с ограниченным сроком изъятия и с более высоким процентом для защиты от досрочного востребования.

Формирование депозитных услуг и продуктов для VIP-клиентов.

Наращивание объемов депозитов корпоративных клиентов, так как депозиты корпоративных клиентов обходятся банкам намного дешевле по сравнению с вкладами физических лиц.

Предоставление скидок на расчетно-кассовое обслуживание и систему «Банк-клиент» юридическим лицам, имеющим вклад в банке, в целях увеличения востребованности депозитов со стороны корпоративных клиентов.

Определение оптимального объема и срока хранения средств.

Развитие дистанционных банковских продуктов.

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, крупные покупки, оплату образования, отдыха. Например, вклады для людей, желающих отложить деньги на учебу своему несовершеннолетнему ребенку. У данных вкладов должны быть повышены процентные ставки и определенный 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.

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 теле - маркетинга 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 [4] .

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
2. Васильева А.С., Никулина Н.В. Особенности депозитной политики коммерческого банка в современных условиях // Финансы и кредит. – 2011. – № 40
3. Валенцева Н.И. Депозитная политика коммерческих банков // Банковское дело. – 2013. -№ 2.
4. Продолятченко П.А. Противоречия интересов банков и сберегателей: пути разрешения // Академический вестник. – 2010. – № 2.