

УДК 336.71

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАЛУЧЕНИМИ ТА ЗАПОЗИЧЕНИМИ КОШТАМИ БАНКУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Інна Доценко, Катерина Маєвська

Хмельницький національний університет (Україна)

Залучені кошти є найбільш значною частиною пасивів банку, яка в кілька разів перевищує його власні кошти. Фактично залучені кошти – це основне джерело формування ресурсів комерційного банку, які спрямовують на проведення активних операцій.

Ресурси банку традиційно прийнято поділяти на власні, запозичені та залучені. Доцільно більш детально зупинитися на структурі та сутності залучених ресурсів банку. Відповідно до Положення про порядок формування та зберігання обов'язкових резервів для банків України та філій іноземних банків в Україні, залученими ресурсами є кошти юридичних та фізичних осіб у національній та іноземній валюті (зокрема, у банківських металах) [1].

Аналіз масштабів діяльності банку щодо залучення зовнішніх джерел фінансування своєї діяльності починається з визначення частки, яку займають зобов'язання банку у валюті балансу. Оскільки банк – це установа, яка працює переважно із залученими коштами, зазвичай їхня частка в пасивах банку становить не менше ніж 80 %. Значення, менше від цієї величини, означає вищу фінансову стійкість банку, проте негативно характеризує його ділову активність.

Для забезпечення бажаної структури, обсягів та рівня витрат за депозитними зобов'язаннями використовують різні методи залучення коштів, які загалом зводяться до двох груп: цінові та нецінові методи управління залученими коштами. Отже, метою банківського менеджменту у сфері управління зобов'язаннями банку є залучення достатнього обсягу коштів із найменшими витратами для фінансування тих активних операцій, які має намір здійснити банк. Зокрема, під час формування ресурсної бази при менеджменті потрібно брати до уваги два основні параметри управління – вартість залучених коштів та їхній обсяг [2].

Сутність цінових методів полягає у використанні відсоткової ставки за депозитами як головного важеля в конкурентній боротьбі за вільні грошові кошти фізичних і юридичних осіб. Підвищення пропонованої банком ставки дає змогу залучити додаткові ресурси, та навпаки, банк, перенасичений

ресурсами, але обмежений небагатьма прибутковими напрямками їхнього розміщення зберігає або навіть зменшує депозитні ставки.

Нецінові методи управління залученими коштами банку базуються на використанні різноманітних прийомів заохочення клієнтів, які прямо не пов'язані зі зміною рівня депозитних ставок. До них належать такі: реклама; поліпшений рівень обслуговування; розширення спектра рахунків та послуг, які пропонує банк; комплексне обслуговування; додаткові види безкоштовних послуг; розташування філій у місцях, максимально наближених до клієнтів; пристосування графіка роботи до потреб клієнтів тощо. У боротьбі за клієнтів банки вдаються до таких прийомів: проведення лотереї серед клієнтів, безкоштовне розсилання виписок із рахунків, відкриття депозитів новонародженим як подарунок від банку, обладнання безкоштовних автомобільних стоянок біля банку, розташування банкоматів у громадських місцях, проведення безготівкових розрахунків за допомогою пластикових карток, надсилання клієнтам привітань та подарунків до свят від імені керівництва банку тощо.

Нецінові методи управління базуються на маркетингових дослідженнях того сектора ринку, який обслуговує банк, вивченні потреб клієнтури, розробленні нових фінансових інструментів та операцій, що пропонують клієнтам. Загалом для застосування нецінових методів потрібні деякі (іноді й значні) витрати. Отже, обираючи метод управління залученими коштами, менеджер банку має порівняти витрати, пов'язані з підвищенням депозитної ставки, та витрати, які супроводжуватимуть введення нецінових прийомів. На практиці ці методи можна застосовувати паралельно.

Українські банки надають перевагу ціновим методам управління, оскільки депозитні ставки не підлягають регулюванню і їх встановлює адміністрація банку самостійно, залежно від потреби в залучених коштах. Депозитні ставки значно відрізняються як у динаміці, так і від банку до банку. Нецінові методи управління ще не популярні у вітчизняній банківській практиці, але загострення конкурентної боротьби та зниження загального рівня доходності спонукає банки до пошуків нових прийомів заохочення клієнтів.

Отже, в управлінні залученими ресурсами банку важливу роль відіграють усі функціональні елементи, зокрема такі: аналіз та прогнозування діяльності банку на ринку залучених ресурсів; планування показників діяльності банку на ринку залучених ресурсів; організація діяльності щодо залучення ресурсів; мотивація; контроль за процесом залучення ресурсів. Поеднання цих функціональних блоків є цілісною системою управління залученими ресурсами, причому ефективність функціонування усієї системи безпосередньо залежить від ефективності (результативності) функціонування кожного блоку процесу управління залученими ресурсами.

Список використаних джерел

1. Вядрова І. М. Економічна сутність та класифікація залучених ресурсів банку / Вядрова І. М., Волохата В. Є. // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 14. – С. 32–39.
2. Павленко О. П. Управління залученими ресурсами комерційного банку: сутність, методи та джерела фінансування / Павленко О. П., Журбенко С. І. // Молодий вчений. – 2016. – № 11(38). – С. 643–647.