

2 Филиппович, Е.С. Эффективность деятельности налоговых органов: оценка и резервы повышения / Е.С. Филиппович, М.А. Шклярова, О.Ф. Косач, С.О. Наумчик; под общ. ред. Е.С. Филиппович. – Минск: БГАТУ, 2017. – 256 с.

УДК 336.7

Кузьма А.В.

Наумчик С.О.

Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рассмотрены проблемы сдерживающие развитие депозитных операций в банках Республики Беларусь. В целях повышения эффективности депозитных операций предложено формирование депозитной политики по обоснованным автором направлениям.

Ключевые слова: банковские операции, депозитные операции, эффективность депозитных операций, депозитная политика.

Kuzma A.V.

Naumchik S.O.

Belarusian State Economic University
Minsk, Republic of Belarus

INSTRUMENTS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE DEPOSIT POLICY OF COMMERCIAL BANKS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Problems constraining the development of deposit operations in banks of the Republic of Belarus are considered. In order to increase the efficiency of deposit operations, it was proposed to form deposit policy in accordance with the directions justified by the author.

Keywords: banking operations, deposit operations, effectiveness of deposit operations, deposit policy.

При осуществлении депозитных операций банки сталкиваются с рядом проблем. Так, ввиду девальвационных ожиданий, население предпочитает хранить сбережение в иностранной валюте. А в структуре рублевых вкладов наибольшей популярностью пользуются депозиты на срок до 1 месяца. На их долю приходится порядка 60–65 % всех срочных рублевых депозитов. Это в свою очередь создает препятствия для осуществления долгосрочных вложений привлеченных средств.

Национальный банк Республики Беларусь в сложившейся ситуации снижает напряженность на финансовом рынке путем проведения жесткой денежно-кредитной политики, которая нацелена на обеспечение привлекательности рублевых вкладов и на сокращение давления на валютный рынок. Также Национальный банк проводит постоянную работу с банками по ограничению кредитования, а рублевую ликвидность предоставляет ограниченному числу банков. Такая политика регулятора приводит к недостатку рублевой ликвидности, в результате чего банки заинтересованы в привлечении рублевых средств населения и поэтому готовы повышать ставки по депозитам.

В составе широкой денежной массы депозиты занимают 90 %, среди них преобладают депозиты в иностранной валюте – 61 %, а депозиты в белорусских рублях занимают всего лишь 26 % (см. рисунок).

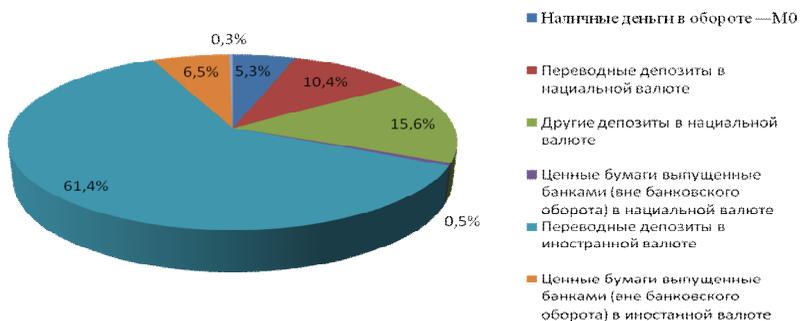


Рисунок 2.2 – Структура широкой денежной массы на 01.01.2017г.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1].

Несмотря на достаточно низкие по сравнению с вкладами (депозитами) в белорусских рублях процентные ставки, депозиты в иностранной валюте преобладают в широкой денежной массе. Их сумма на 01.01.2017 г. равна 20842,4 млн дол. Депозиты юридических лиц в

иностранной валюте в составе широкой денежной массы на 01.01.2017 г. составили 4048,7 млн долларов США и по сравнению с началом 2015 года увеличились на 2,2 %. Депозиты физических лиц в иностранной валюте в составе широкой денежной массы на 01.01.2017 г. составили 13707,4 млн долларов США и по сравнению с 2015 года уменьшились на 3,3%.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что 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:

- внедрение целевых вкладов, расширение линейки вкладов с возможностью оказания дополнительных услуг;
- ведение 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.

К маркетинговым инструментам можно отнести создание службы телемаркетинга, сегментирование депозитного портфеля по клиентам и активизацию рекламной политики. Немалое значение имеют личные качества служащих банка, их опыт, вежливость, дружелюбное отношение к клиентам. Во многих странах практикуется даже предоставление вкладчикам премий в форме товаров.

Маркетинговая стратегия банков на депозитном рынке, подразумеваемая, прежде всего, деятельность по привлечению средств вкладчиков - физических лиц, должна быть направлена на гибкое банковское обслуживание, способное реагировать на потребности изменяющейся экономики, на минимизацию расходов по привлечению ресурсов, создание условий для получения прибыли в будущем, расширение ресурсных источников, диверсификацию, удли-

нение сроков вложений, развитие ассортимента услуг и содействия в привлечении новых клиентов. Поэтому здесь применимы все приемы, наработанные традиционным маркетингом для изучения и сегментирования розничного потребительского рынка, регулирования спроса, стимулирования сбыта. Необходимо задействовать такие инструменты, как реклама, личные продажи, непосредственные контакты с клиентами, выступления в средствах массовой информации и др.

В условиях усиления конкуренции между банками, возрастает роль рекламы, как самого банка, так и его продукта, призванной сформировать благоприятный имидж банка, то есть оказать эмоционально-психологическое воздействие на клиентов и общественность в целях популяризации банка, ознакомления с выполняемыми им операциями и т.п. Особенно подкупает потенциального вкладчика указание в рекламе банка на участие в системе страхования вкладов (депозитов) физических лиц. Проводимые в различных странах исследования мотивов выбора банков клиентами показывают, что на первое место клиенты ставят качество и количество предоставляемых банками услуг, далее — цены таких услуг, затем — понимание нужд клиентов, быстроту проведения операций и последнее место занимает фактор, свидетельствующий о том, что клиент пользовался данным банком ранее. Это доказывает гибкость в психологии клиентов относительно выбора банков.

В последние годы в странах Запада клиентам была предоставлена возможность пользования так называемыми «новыми счетами» (newaccounts), которые наиболее полно учитывают интересы клиента и банка. Эти новые счета объединили в себе принципы хранения и использования срочных вкладов и вкладов до востребования. Клиенту они выгодны тем, что вклад до востребования позволяет производить расчеты с помощью документа, имеющего силу платежного средства, и дает право получать по нему доход, как и по срочным вкладам. Для банка новые счета привлекательны, поскольку средства на них хранятся строго определенный срок и поэтому могут быть использованы на долгосрочные мероприятия. Для привлечения в банки текущих доходов и сбережений целесообразно внедрять в банковскую практику сберегательных вкладов депозитные счета денежного рынка. Они перспективны в условиях инфляции, так как процентная ставка по ним является плавающей и меняется в зависимости от спроса и предложения на денежных рынках. Можно использовать такие счета, у которых смешанный режим функционирования. Например, средства, находящиеся на

счетах, с одной стороны, могут использоваться для расчетов, с другой – как своеобразные финансовые инвестиции, приносящие определенный доход.

В Польше личный кабинет является основным банковским продуктом, который используется в различных сферах жизни – могут быть использованы для воздействия заработной платы, платежных карт или оплаты счетов. В середине 2015 года, банки ведут около 38 млн личных счетов, а также различные исследования по числу новых пользователей польского общества показывает, что около 77% поляков имеют личный счет.

Личный кабинет (часто используется название текущего счета, сокращенно ROR) это текущий счет предназначен для физических лиц. Он используется в основном для сбора выплат по заработной плате, пенсий и других источников дохода. Текущий счет можно использовать для выполнения различных обязательств и личных целей, в том числе для оплаты счетов, оплаты покупок, инвестиции и т.д. К текущему счету прилагается дебетовая карта, которая изготавливается в течение 5 дней. Для открытия счета резидентам Польши необходимо предоставить документ, удостоверяющий личность, нерезидентам – документ, удостоверяющий личность, также некоторые банки требуют предоставить право на постоянное или временное место жительства. Резиденты Польши могут открыть счет посредством Интернета или курьерской доставкой, личного присутствия, нерезиденты обязаны присутствовать лично.

При открытии счета необходимо тщательно подойти к выбору банка, изучить основную информацию об открытии счета, стоимость основных банковских операций, изучить информацию о платежных картах и другое. Резиденты Польши, как правило, выбирают банк, обслуживание которого им удобнее всего, и используют данный счет. Выбирая личный кабинет в банке один раз, клиенты могут пользоваться им на протяжении долгового времени.

Чтобы подключить зарплатный проект к своему счету, клиенту необходимо предоставить в банк необходимые документы, а также копию договора об открытии счета организации в выбранном банке. При смене рабочей деятельности счет может остаться прежним, если обслуживание банка по-прежнему остается удовлетворительным. На сайтах банков можно просмотреть рейтинг личных счетов, который представляет собой подборку лучших счетов для индивидуальных клиентов, которые приняли во внимание ряд критериев, интересующих клиентов.

Обобщая изучение зарубежного опыта следует отметить, что в Польше различают три основных типа карт:

1) кредитные карты – оплата инструмент на основе кредитного лимита, предоставленного банком. В Польше беспроцентный период обычно составляет 30 дней с даты расчетов. Получение кредитной карты не всегда связано с необходимостью открыть счет в банке;

2) дебетовые карты – карты выдаются на свой банковский счет;

3) карты с отсрочкой платежа. Они представляют собой комбинацию кредитной карты с дебетовой картой. С одной стороны, как и в случае с кредитной картой, банк будет предоставлять кредитный лимит клиента, с другой стороны, платежная карта чаще всего связана с банковским счетом (как дебетовая карта). Клиент обязан предоставить средства для погашения всей (но не часть, как кредитная карта) задолженности в течение определенного периода времени, а затем банк привлекает средства со счета клиента.

В дополнение к этим типам карт также можно выделить следующие:

1) предоплаченные карты – финансовые инструменты, которые требуют «питания», например, с помощью так называемого банковского перевода. Карта может быть использована для проведения операций в пределах определенной суммы и не подлежит пополнению. Данный инструмент не требует тесной связи с банком – нет необходимости подписывать контракт или открывать счет. Предоплаченные карты могут быть выпущены на предъявителя, а это значит, что они не имеют отношения к конкретному человеку, они могут использоваться в качестве подарочных карт или для путешествия;

2) виртуальные карты – с точки зрения функционирования данные карты аналогичны предоплаченным картам. Разница заключается в том, что виртуальная карта не выдается в физической форме. Это число, которое может быть использовано в безналичных сделках.

Всемирная сеть Мете создает ситуацию всеобщей доступности телекоммуникационных услуг, в том числе и предоставления электронных банковских услуг. Применение пластиковых карточек может стать эффективным средством привлечения новых вкладчиков в банки. Например, примечателен опыт работы банков США, предлагающих населению пакет различных услуг — счетов связанных услуг таких, как чековый счет, на который при необходимости переводятся средства сберегательного вклада, с него же выставляются аккредитивы и туристические чеки, допускается овердрафт, выдаются кредитные и дебетовые карточки, чековые книжки.

Для эффективного функционирования, развития и достижения своих целей каждая кредитная организация должна пересмотреть

собственную депозитную политику, которая является одним из показателей надежности и стабильности ресурсной базы банка и включает ряд направлений, а именно:

- анализ депозитного рынка;
- определение целевых рынков для минимизации депозитного риска; минимизацию расходов в процессе привлечения средств в депозиты;
- оптимизацию управления депозитным и кредитным портфелями банка;
- поддержание ликвидности банка и повышение его устойчивости.

Степень эффективности депозитной политики банка, а также вероятность достижения поставленных перед ней целей во многом определяются соблюдением базовых принципов, на которых построен процесс управления банковскими ресурсами.

Список использованных источников:

1. Бюллетень банковской статистики / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – №12. – Режим доступа:
http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Stat_Bulletin_2016_12.pdf. – Дата доступа: 13.04.2017.

УДК 658.14

Куцейко Е.А.

Беларусский государственный экономический университет

Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель – к.э.н., доцент В.О. Зарецкий

РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЕЙ В КОНТЕКСТЕ IFRS 15 «ВЫРУЧКА ПО ДОГОВОРАМ С ПОКУПАТЕЛЯМИ»

Рассмотрены нововведения, которые влечет за собой введение стандарта IFRS 15. Обосновано выделение нового объекта учета – «возмещение». В зависимости от момента проведения расчетов, предлагается различать «актив по договору», «обязательство по договору» и «дебиторскую задолженность».

Ключевые слова: дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, обязательства по договору, МСФО, ГААП