

Например, управление дебиторской задолженностью является одной из важнейших финансовых проблем. Нормальный рост дебиторской задолженности свидетельствует о повышении деловой активности предприятий, а именно, увеличении продаж в кредит и их платежеспособности.

Однако не всякий размер дебиторской задолженности под силу предприятию. Здесь есть предел, превысив который, можно прийти к сокращению эффекта и потере ликвидности.

Общая сумма дебиторской задолженности в любой данный момент определяется двумя факторами: объемом кредитных продаж, средней продолжительностью времени между продажами и предъявлением документов для оплаты.

Главными переменными кредитной политики предприятия являются стандарты кредитоспособности, кредитный период и скидки, предоставляемые для начальных выплат. Если предприятие продает свою продукцию в кредит только самым надежным покупателям, то оно не будет нести убытки, и его расходы на изучение кредитоспособности клиентов будут невелики. При осуществлении продаж менее надежным клиентам предприятие, очевидно, будет терять на увеличении расходов по изучению клиентов. Но вырученная прибыль может быть гораздо больше, чем расходы.

*С.Ю. Грузицкий
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Устойчивость и платежеспособность банка в условиях рынка определяется формированием достаточного объема ресурсной базы. В связи с этим исключительную важность приобретают вопросы рационального формирования ресурсов банка, оптимизация их структуры и качество управления ими.

Рациональное использование финансовых ресурсов банков предполагает определенное соотношение между собственными и привлеченными средствами. Чрезмерное наличие привлеченных средств усиливает риск и повышает потенциальную угрозу неплатежеспособности коммерческого банка, а также возможность попадания его под контроль других коммерческих банков и кредиторов, что может позволить последним воздействовать как на текущую деятельность, так и на проведение банком кредитной политики в целом. С другой стороны, формирование банковских ресурсов за счет собственного капитала — также не лучшая политика для коммерческого банка. Это связано, в частности, с возможностью потери определенной группы акционеров, контроля над коммерческим банком, снижения уровня выплачиваемых дивидендов и

рыночной стоимости акций. Как следствие, несбалансированность в структуре капитала может привести к ухудшению показателей, характеризующих деятельность банка, снижению его имиджа на рынке денежных ресурсов.

В условиях рынка стратегической целью формирования устойчивой ресурсной базы коммерческих банков должно явиться проведение работы по наращиванию собственного капитала банка, а также увеличению объемов привлеченных денежных средств. Это может быть достигнуто путем:

- активной работы по сохранению созданной клиентской базы;
- привлечения на расчетно-кассовое обслуживание новых юридических лиц, обслуживающихся в других банках, которые в силу различных причин могут быть заинтересованы в переходе на обслуживание в данный банк, а также привлечения их средств в депозиты;
- расширения спектра услуг нетрадиционного характера (пластиковые карточки, выплата заработной платы, обслуживание вкладных счетов до востребования);
- привлечения средств предприятий путем продажи ценных бумаг банка (векселя, депозитные сертификаты);
- увеличения доли долгосрочных межбанковских кредитов, учитывая политику распределения клиентов по банкам, а также отсутствие необходимости отчислений по этим ресурсам в фонд обязательных резервов;
- обеспечения сближения начисляемых и получаемых доходов от сделок при снижении степени риска и поддержании необходимого уровня ликвидности банка. С этой целью необходимо согласование по срокам и суммам с активными операциями; привлечение средств в срочные депозиты; формирование необходимого уровня и структуры портфеля государственных ценных бумаг; снижение доли проблемных кредитов в кредитном портфеле банка; расширение практики вексельного кредитования клиентов, активных операций с векселями Национального банка Республики Беларусь, консорциального кредитования банками кредитных проектов.

*С.Н. Ивашко
БГЭУ (Минск)*

ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГА, ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Одним из наиболее эффективных современных способов развития страхового рынка является применение методов маркетинга в деятельности страховщиков. Его возможности очень велики, так как он представляет собой новую продуктивную философию бизнеса. Внедрение маркетинга в повседневную жизнь компаний благоприятно отразится