

контакта. Способствуют этому и хэштеги компаний, напечатанные на различных упаковочных образцах для стимулирования взаимодействия покупателя с компанией через социальные медиа [2].

Список использованных источников

1. «Advertology.ru – все о рекламе, маркетинге и PR» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article127435.htm>. – Дата доступа: 01.02.2016.

2. Блог Дизайн студия Пионер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://blog.pioneers.com.ua/2015/01/pack_215. – Дата доступа: 02.02.2016.

С. Ф. Шитикова

Научный руководитель – И. И. Очкольда,
Международный университет «МИТСО» (Гомель)

НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКА

Ликвидность банка – это способность своевременно и без потерь **выполнять свои обязательства** перед клиентами (вкладчиками, кредиторами, инвесторами).

Факторы, определяющие ликвидность банка, могут быть внутренними и внешними.

К внутренним факторам относятся: качество активов банка, качество привлеченных средств, сопряженность активов и пассивов по срокам, менеджмент и имидж банка.

К внешним факторам относятся: общая политическая и экономическая обстановка в стране, развитие рынка ценных бумаг и межбанковского рынка, система рефинансирования, эффективность надзорных функций Национального банка Республики Беларусь.

Нормативы показателей ликвидности и достаточности капитала для банковских учреждений устанавливает Национальный банк Республики Беларусь. К таким показателям относятся: достаточность собственного капитала, мгновенная ликвидность, краткосрочная ликвидность, текущая ликвидность, соотношение ликвидных и суммарных активов.

Нормативы показателей ликвидности и достаточности капитала для банковских учреждений устанавливает Национальный банк Республики Беларусь. К таким показателям относятся: достаточность

собственного капитала, мгновенная ликвидность, краткосрочная ликвидность, текущая ликвидность, соотношение ликвидных и суммарных активов.

Одной из наиболее важных задач управления любым банком является обеспечение соответствующего уровня ликвидности. Банк считается ликвидным, если имеет доступ к средствам, которые могут быть привлечены по разумной цене и именно в тот момент, когда они необходимы.

Недостаточный уровень ликвидности часто является первым признаком наличия у банка серьезных финансовых затруднений. В такой ситуации он обычно начинает терять депозиты, что уменьшает его наличные средства и заставляет избавляться от наиболее ликвидных ценных бумаг. Другие банки с большой неохотой предоставляют банку, находящемуся на грани банкротства, займы без дополнительного залога или предлагают их по более высокой процентной ставке, что еще более сокращает доходы банка, испытывающего финансовые трудности.

Процесс управления ликвидностью банка строится из следующих принципов:

- при рассмотрении альтернативы «прибыльность-ликвидность» приоритет отдается ликвидности;
- централизованный подход к управлению ликвидностью, т. е. рассматривается ликвидность банка в целом, а не каждого филиала в отдельности;
- соблюдение принципов диверсификации активных и пассивных операций, согласованность активов и пассивов по срокам погашения;
- оптимальная структура источников формирования пассивов;
- выполнение нормативных требований Национального банка Республики Беларусь и международных стандартов в области ликвидности. Норма ликвидности – это величина коэффициента ликвидности, ниже которой не может опускаться соотношение ликвидных активов и соответствующих обязательств [1].

Список использованных источников

1. Дащинская, Н. П. Финансово-банковская статистика: учеб. пособие / Н. П. Дащинская. – Минск: Изд. центр БГУ, 2007. – 318 с.