

УДК 336.717.3

Н.С. Меркулова, И.С. Козлов, Н.Б. Максимов

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», Курск, email: nat-merkulova@yandex.ru

ПОДХОДЫ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНСТРУМЕНТОВ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СРЕДСТВ КЛИЕНТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Ключевые слова: банковский бизнес, конкуренция на рынке депозитных услуг, депозитная политика, ресурсная база, привлеченные средства, депозитные продукты для населения.

Главная функция любого коммерческого банка – это привлечение и перераспределение сбережений хозяйствующих субъектов, а также эффективное использование этих средств. Всё это косвенно может привести к увеличению объема инвестиций, а, следовательно, и к достижению экономического роста. Создание оптимальной ресурсной базы – это одна из важнейших задач деятельности коммерческого банка, выполнение которой позволяет достичь эффективности в функционировании банка. Финансовый результат деятельности кредитной организации, расширение перечня оказываемых услуг и, в целом, приток инвестиций в экономику страны зависит от структуры ресурсов банка, а именно от размера собственных средств и стоимости, способов, сроков привлечённых средств банка. Поэтому так важно проводить исследование банковских ресурсов, которое предполагает анализ и оценку его обязательств, которые и составляют в основном ресурсную базу коммерческого банка. Настоящее исследование посвящено возможностям наращивания ресурсной базы коммерческого банка посредством внедрения новых депозитных продуктов для населения как для целевой клиентской группы. Сделан акцент на применении различных условий размещения денежных средств в депозиты, учитывая существование осознанного выбора вкладчиков при использовании тех или иных условий по величине депозита, его срочности, категории пополняемости или изъятия.

N.S. Merkulova, I.S. Kozlov, N.B. Maksimov

Kursk State University, Kursk, email: nat-merkulova@yandex.ru

APPROACHES TO THE USE OF DEPOSIT POLICY INSTRUMENTS TO ATTRACT FUNDS FROM COMMERCIAL BANK CLIENTS

Keywords: banking business, competition in the market of deposit services, deposit policy, resource base, attracted funds, deposit products for the population.

The main function of any commercial bank is to attract and redistribute the savings of economic entities, as well as the effective use of these funds. All this can indirectly lead to an increase in the volume of investments, and, consequently, to the achievement of economic growth. The creation of an optimal resource base is one of the most important tasks of a commercial bank, the implementation of which makes it possible to achieve efficiency in the functioning of the bank. The financial result of the credit institution's activities, the expansion of the list of services provided and, in general, the inflow of investments into the country's economy depends on the structure of the bank's resources, namely, on the size of its own funds and the cost, methods, timing of the bank's funds raised. Therefore, it is so important to conduct a study of banking resources, which involves the analysis and assessment of its obligations, which are mainly the resource base of a commercial bank. This study is devoted to the possibilities of increasing the resource base of a commercial bank through the introduction of new deposit products for the population as a target client group. The emphasis is placed on the application of various conditions for placing funds in deposits, taking into account the existence of a conscious choice of depositors when using certain conditions for the size of the deposit, its urgency, the category of replenishment or withdrawal.

В настоящее время ресурсы коммерческих банков играют первостепенную и определяющую роль в обеспечении деятельности кредитных организаций. Они являются важными элементами финансов банка. С одной стороны, коммерческий банк аккумулирует временно свободные денежные средства физических и юридических лиц, формируя при

этом свою ресурсную базу, а с другой – размещает ее от своего имени, проводя активные операции. При этом кредитные организации могут осуществлять свою деятельность по размещению средств, ограничиваясь объемом имеющихся у них ресурсов. Характер этих операций прямо зависит от качественного состава ресурсной базы банка. Так, кредитные

организации, ресурсы которых имеют в основном краткосрочный характер, практически лишены возможности осуществлять долгосрочные кредитные вложения. Следовательно, в рыночных условиях именно объем и качественный состав средств, которыми располагает коммерческий банк, определяют масштабы и направления его деятельности. Именно поэтому вопросы формирования ресурсной базы, оптимизация ее структуры и обеспечение стабильности становятся весьма значимыми и актуальными.

Цель исследования

Для осуществления финансовой и хозяйственной деятельности коммерческие банки подобно другим хозяйственным субъектам должны иметь определенную сумму денежных средств, называемую ресурсами. Однако для кредитной организации вопросы формирования ресурсов стоят более остро, чем перед иными субъектами экономики, поскольку подавляющую часть денег, за счет которых работает и функционирует банк, составляют обязательства, то есть средства, привлеченные за плату. Именно этот факт определяет конкурентную борьбу за ресурсы между коммерческими банками. В связи с этим целью исследования является изучение аспектов формирования ресурсной базы коммерческого банка посредством внедрения новых депозитных продуктов для населения как для целевой клиентской группы.

Материал и методы исследования

Теоретической основой исследования стали труды ведущих отечественных ученых таких, как: Лаврушин О.И., Пеганова О.М., Ларина О.И. Их труды посвящены проблемам формирования ресурсной базы коммерческого банка.

В исследовании применялись общенаучные методы (анализ, сравнение, классификация), а также экономико-математические методы – это коэффициентный метод, сопоставление анализируемых данных и табличные и графические методы представления данных. В качестве первоначальных источников данных использовалась годовая бухгалтерская отчетность АО «Экспобанк», а также аудиторское заключение.

Результаты исследования и их обсуждение

Депозитный рынок является конкурентным, поэтому вкладчик делает выбор из огромного количества предложений от банков и именно поэтому в настоящее время очень тяжело разработать такой продукт, чтобы привлечь как можно больше клиентов и при этом, чтобы банк сам остался при своей выгоде. А когда в стране ключевая ставка находится на низком уровне и имеет тенденцию к снижению, стимулировать вкладывать население становится ещё тяжелее, поскольку ставка по вкладам низкая, инфляция снижает реальную доходность, поэтому многие частные клиенты ищут альтернативные способы вложения средств, будь то фондовый рынок, криптовалюта или недвижимость.

Некоторые банки уже думают об альтернативах – растет количество предложений карточных продуктов с процентами на остаток, а доходность накопительных счетов у некоторых банков сопоставима с доходностью депозитов. Однако для большинства вклад все еще остается основным способом вложения средств, и банки придумывают уловки, чтобы их депозиты казались более выгодными.

Руководство банка может использовать ценовые и неценовые методы для привлечения средств при формировании базы депозитных ресурсов. Смысл первой группы заключается в предложении банками более высоких процентов по вкладам, это очень затратные и невыгодные методы для кредитных организаций. Этой группой методов в основном пользуются крупные банки. К неценовым способам можно отнести маркетинговые приемы такие как: реклама вкладов, сезонные вклады, вклады с розыгрышами, бонусные программы, уникальные торговые предложения, крупный бренд самого банка и его надежность, специальные депозитные продукты для отдельных категорий населения (пенсионеров, военнослужащих).

Рассмотрим подходы к реализации депозитной политики на материалах АО «Экспобанк», который сравнительно недавно присутствует на региональном рынке банковских услуг Курской области. Определим стоимость привлечения различных групп ресурсов для банка и представим результаты в таблице 1.

Таблица 1

Стоимость привлеченных средств клиентов АО «Экспобанк»

Показатели	2019	2020	2021
Процентные расходы по депозитам юридических лиц, тыс. руб.	582731	375675	436931
Процентные расходы по вкладам физических лиц, тыс. руб.	2121193	2376511	1727005
Депозиты корпоративных клиентов, тыс. руб.	9733555	10319426	21895970
Вклады частных клиентов, тыс. руб.	36907175	46227767	55024738
Стоимость депозитов юридических лиц, %	4,241	3,747	2,713
Стоимость вкладов физических лиц, %	6,124	5,717	3,411

Таблица 2

Сравнительная характеристика пакетов услуг по вкладам

Банки	Уральский банк реконструкции и развития	Совкомбанк	СМП Банк
Название программы	Опция «Больше плюсов»	Условия вклада «Зимний доход с Халвой»	Программа лояльности «Больше купил, больше накопил»
Надбавка к вкладу	1,25%	1%	0,75%
Условия получения надбавки	· ежемесячные покупки общей суммой от 10 000 руб. (кол-во покупок не ограничено) · комиссия 99 руб./ мес.	· ежемесячно не менее 5 любых покупок по Халве общей суммой не менее 10 000 руб.) · бесплатно	· ежемесячно при общей сумме покупок от 10 000 руб., кол-во покупок не ограничено · бесплатно
Ограничения по сумме, к которой применяется надбавка	нет	на сумму не более 1,5 млн. руб.	на сумму не более 1,5 млн. руб.
Ставка по вкладу с надбавкой за покупки	6М 8,25% 12М 8,75%	6М 8,5% 12М 8,6%	6М 9,1% 12М 9,15%

Таблица 3

Условия по пакетам услуг по вкладам

Пакет	Стоимость пакета	Ограничения по сумме, к которой применяется надбавка	Базовая ставка по вкладу с пакетом	Покупки по картам	Надбавка к ставке за покупки по картам	Ставка по вкладу с учетом надбавки	Выплата % по вкладу с пакетом
Удобный 6М	1000	От 10 000 до 1 400 000 руб.	7,00%	≥ 10 тыс. руб.	1,25%	8,25%	В конце срока
Удобный 12М	2500	От 10 000 до 1 400 000 руб.	7,50%	≥ 10 тыс. руб.	1,25%	8,75%	В конце срока

Дороговизна вкладов физических лиц над депозитами корпоративных клиентов объясняется структурой этих депозитных продуктов. Так как у частных клиентов явно преобладают срочные вклады над вкладами до востребования, поэтому их стоимость и будет больше, поскольку банки за длительное привлечение средств клиентов платят больше.

А в структуре депозитных продуктов для бизнеса в основном преобладают краткосрочные вклады, так как деньги корпоративным клиентам могут понадобиться в любой момент для различных целей (инвестирование, закупка товаров, оплата труда). Поэтому средства коммерческих организаций дешевле обходятся банку.

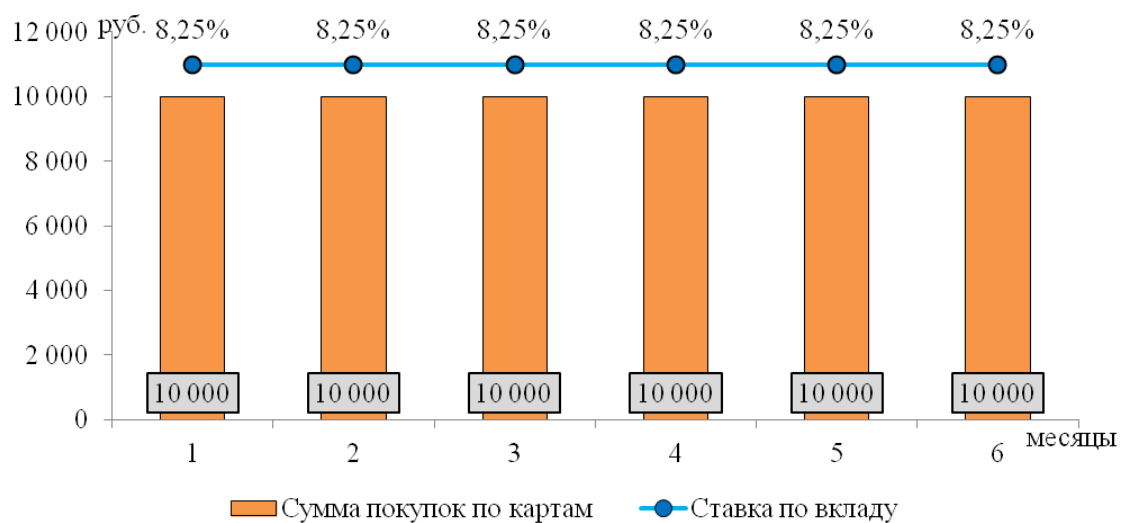


Рис. 1. Ситуация, когда все клиенты соблюдают условия

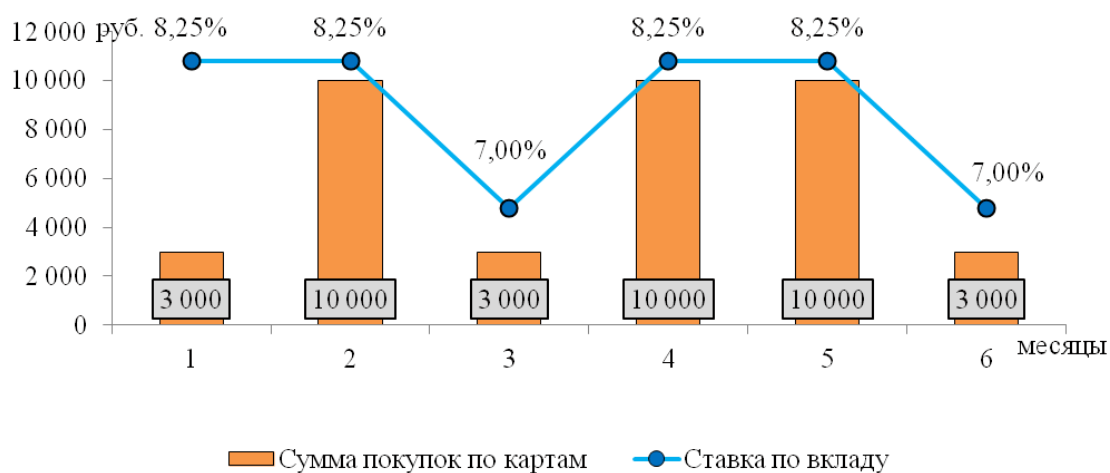


Рис. 2. Ситуация, когда не всегда соблюдаются условия вклада

Таблица 4

Дополнительный доход клиента

Вклад на 6М			Вклад на 12М		
Сумма вклада	Сумма комиссии за пакет	Доп. доход клиента в сравнении с базовым вкладом без пакета при соблюдении условия о покупках от 10 тыс. руб.	Сумма вклада	Сумма комиссии за пакет	Доп. доход клиента в сравнении с базовым вкладом без пакета при соблюдении условия о покупках от 10 тыс. руб.
700 000	– 1 000	+ 2 806	700 000	– 2 500	+ 5 113
1 000 000	– 1 000	+4 437	1 000 000	– 2 500	+8 375
1 400 000	– 1 000	+6 612	1 400 000	– 2 500	+12 725

Зачастую стратегия банка может предполагать не только увеличение средств клиентов за счет постоянного притока их денежных средств и привлечения новых вкладчиков. Часто целью банка становится удержание тех средств, которые были вложены ранее путем увеличения лояльности клиента. Многие отечественные банки столкнулись с такой проблемой, когда после резкого увеличения краткосрочных вкладов под ставку 20%, им необходимо стало удержать тот наплыв клиентов, который произошел в первой половине 2022 года. Экспобанк не стал исключением.

В условиях снижения процентных ставок по вкладам банки предлагают клиентам повышенные ставки путем предоставления надбавок к процентным ставкам. Например, предлагая надбавку к ставке по вкладу за счет активных операций по картам.

Рассмотрим аналогичные программы, которые представлены на рынке, результаты исследования представим в таблице 2.

Предлагается добавить в продуктовую линейку Экспобанка для физических лиц новые пакеты услуг к вкладам, по которым у клиента будет возможность получить повышенный процент при совершении покупок от 10 тыс. руб. Надбавка будет применяться за каждый месяц при выполнении условия оборота по карте. Если покупки были совершены на меньшую сумму, то к вкладу применяется базовая ставка. К данным пакетам рекомендуется ввести новый вклад (вклад «Удобный»).

Представим условия пакетов услуг в таблице 3.

Предполагается, что плата за пакет взимается единовременно. Начисление процентов с надбавкой будет осуществляться в течение первого месяца, когда был оформлен вклад, а также отдельно в течение каждого последующего месяца, в котором клиент выполнил условие о совершении покупок по всем дебетовым и кредитным картам на сумму от 10 тыс. руб.

Рассмотрим, какие преимущества для банка от вклада с пакетом:

1) высокая маркетинговая ставка (в рекламе будет фигурировать максимальная ставка в размере 8,25 и 8,75%);

2) фактическая ставка привлечения может быть ниже заявленной из-за несоблюдения условий клиентами (в связи с чем банк будет выплачивать базовые ставки);

3) увеличение оборотов по карте (увеличение остатка по текущим счетам клиентов, комиссия за операции по карте);

4) компенсация стоимости привлекаемых ресурсов за счет получения дохода от продажи пакетов услуг;

5) дополнительный доход от продажи пакета и по картам;

6) повышение лояльности клиентов (частные клиенты будут активно пользоваться карточными продуктами).

Проанализируем ситуации, которые могут сложиться в результате ввода данного продукта, представим их на рисунках 1 и 2.

В данной ситуации мы рассматриваем на примере пакета услуг на 6 месяцев и предполагаем, что клиенты будут соблюдать условия, тогда ставка по вкладу будет 8,25%, ежемесячный оборот по карте будет от 10 тыс. руб. (может быть и больше). Доход от подключения пакета услуг 1000 рублей.

Также банк будет получать доход от оборота по карте, который представляет собой комиссию банка-эмитента (выпустившего карту) при совершении покупок через эквайринг. Она может варьироваться 1,3-3,5% от суммы операций в зависимости от условий в договоре с банком-эквайером. В нашем случае банк получит 350 рублей.

В данном примере, средняя ставка, которую выплатит банк, составит 7,8%, среднемесячная сумма оборота по картам составит 6,5 тыс. руб., следовательно, доход от совершения покупок по карте будет равен 227 рублей. В этом случае банк теряет незначительную часть комиссионного дохода, но при этом уменьшает свои процентные расходы.

При этом стоит выделить преимущества и для клиентов:

1) ставка по вкладу с пакетом выше, чем по базовым вкладам;

2) дополнительный доход (надбавка + бонусы от операций);

3) бесплатный выпуск карты (если у клиента её не было).

Представим дополнительную выгоду клиента при выборе вклада в таблице 4.

Можно предположить, что в период запуска данного продукта за промежуток времени июнь-июль 2023 года получится подключить 350 пакетов услуг, которые распределяться поровну на 6 и 12 месяцев. Тогда мы можем рассчитывать на получение дохода от их подключения в размере 612,5 тыс. руб. Рассчитав средний размер вклада в размере 700 тыс. руб., определим, что всего объем новых вкладов составит 245 млн. руб.

Выводы

Таким образом, предлагаемый продукт помимо высокой маркетинговой ставки, которая поможет банкам привлечь средства вкладчиков, дает банку лояльность клиентов. Они, пользуясь в течение всего срока вклада карточными продуктами банка, формируют привычку, и появляется вероятность, что после окончания срока вклада

клиенты продолжают пользоваться продуктами банка. При этом данный пакет услуг поможет банку удержать действующих вкладчиков, заинтересовывая их ставкой выше, чем у обычных депозитных продуктов с базовой ставкой. Также преимуществом данного продукта является получение банком дополнительного дохода в виде комиссий, к которым относится сама плата за подключение пакета услуг и начисления за совершение покупок по карте. Данный вклад должен поддерживать такой инструмент привлечения средств, как срочный вклад, поскольку рассчитан на 6 и 12 месяцев. А так как в последнее время у банка быстрыми темпами развивались счета до востребования, то данный продукт должен добавить стабильности ресурсной базы, поскольку направлен на привлечение долгосрочных средств.

Библиографический список

1. Маякова Е.А., Немченкова М.О., Меркулова Н.С. Основы формирования финансового поведения розничного клиента банка // Вектор экономики. 2020. № 5. С. 65-68.
2. Официальный сайт АО «Экспобанк». [Электронный ресурс]. URL: <https://expobank.ru/> (дата обращения 20.05.2023).
3. Официальный сайт интернет портала «Сравни». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sravni.ru/> (дата обращения 20.05.2023).
4. Официальный сайт Центрального банка РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения 21.05.2023).
5. Перегудова Т.А. Влияние факторов на формирование ресурсов банка // Научный журнал «Глобус». 2020. № 11 (57). С. 59-63.
6. Рабаданова Д.А. Проблемы формирования ресурсов коммерческих банков в современных условиях // Журнал прикладных исследований. 2022. № 6 (4). С. 301-305.