

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ БАНКІВ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ НИМИ РЕСУРСНОЇ БАЗИ

Необхідність формування збалансованих ресурсів банків пояснюється необхідністю підвищення прибутковості банку та зміцнення його позицій на ринку в умовах посилення конкуренції, тобто формування оптимальної структури активів і пасивів, виваженого підходу до ризику, управління, впровадження нових банківських послуг та технологій.

При створенні ресурсів банківської установи в умовах ринкової економіки доцільно спиратися на такі вказівки:

- банківська діяльність у сфері формування ресурсів має орієнтуватися на потреби ринку, на задоволення попиту клієнтів, а також на створення та просування банківських продуктів і послуг, які можуть забезпечити прибуткову банківську діяльність;
- ресурси, сформовані банківською установою, повинні забезпечувати банку можливість розміщення коштів;
- ефективність роботи банку має бути гарантована шляхом зменшення витрат на формування ресурсів та максимізації доходу від їх розміщення;
- при формуванні ресурсів банківської установи повинні використовувати сучасну інформаційну базу та новітні технології.

Пропонуємо поділити клієнтську базу банку на групи з визначенням для кожної з них обсягу і частки депозитів та кредитів, прибутковості, демографічного профілю, динаміки споживання банківських послуг, а також потреб та поведінки споживачів. Така сегментація показана на таблиці 1.

Таблиця 1

Сегментація клієнтської бази банку

№	Назва групи	Характеристика клієнтів групи
1	Інвестори	клієнти з великим обсягом депозитів, які значно перевищують кредити, що вони отримали в банку
2	Позичальники	клієнти, які одержали іпотечні кредити або заможні клієнти зі значним обсягом кредитів
3	Забезпечені	клієнти зі значним обсягом депозитів або високим рівнем поточного доходу
4	Дебітори	клієнти з високим обсягом кредитів
5	Пенсіонери	клієнти віком понад 60 років або клієнти для яких пенсія – основне джерело доходу
6	Активні	клієнти, що роблять більше чотирьох трансакцій за місяць
7	Юнацтво	клієнти віком від 14 до 24 років, студенти
8	Депозитори	всі інші

Аналітична служба банку має визначити потреби та можливості клієнтів у кожній групі, а співробітники маркетингового підрозділу на основі результатів даного аналізу – розробити і провести цільові компанії, пропонуючи різним категоріям клієнтів ті фінансові продукти, які з великою ймовірністю будуть ними використані.

Проведення сегментації клієнтів має супроводжуватися подальшим моніторингом щодо міграції клієнтів із групи в групу для мобільного і найповнішого задоволення змінених потреб клієнтів. Здійснення такої роботи може стати, на нашу думку, важливою конкурентною перевагою при реалізації банком ресурсної політики.

Важливим аспектом побудови ресурсної бази є розширення кола клієнтів і підтримання постійної клієнтури за рахунок розширення асортименту товарів і послуг. Перспективними напрямками роботи щодо залучення коштів може стати охоплення депозитними послугами сегмента молодих клієнтів, розширення кола депозитних рахунків із різноманітним режимом функціонування, що надаватиме вкладникам банку додаткові можливості використання своїх коштів із прийнятним рівнем доходів.

Таким чином, виділення напрямків роботи з оптимізації роботи банків для формування ресурсної бази сприятиме відновленню довіри вкладників до банківських установ, залученню більше ресурсів, подоланню наслідків економічної кризи та підвищенню ефективності банку. банківська система країни.